
استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة
المتأخرة في اختيار ملابسهم

إعداد

د/ ياسمين إبراهيم بازيد
مدرس بقسم الاقتصاد المنزلي
بكلية التربية النوعية - جامعة المنوفية

مجلة بحوث التربية النوعية - جامعة المنصورة
عدد (٧٢) - يناير ٢٠٢٣

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم

استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة فى اختيار ملابسهم

إعداد

د/ياسمين إبراهيم بازيد *

ملخص البحث:

هدف البحث إلى التعرف على العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة فى اختيار ملابسهم من حيث التزين، جذب الانتباه، مسيطرة الموضة، الاحتشام، التكيف مع الآخرين، تناسق الألوان، اختيار التصميم المناسب، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفى إطارها استخدمت الباحثة منهج المسح بالعينة، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (٣٠٠) مفردة من تلاميذ الثلاثة صفوف الأخيرة للمرحلة الابتدائي، موزعة على ثلاث إدارات تعليمية بمحافظة المنوفية بواقع (١٠٠) مفردة لكل إدارة، موزعة بين (٥٠) للمدارس الحكومية، (٥٠) للمدارس الخاصة، وتوصلت الدراسة إلى أن وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة فى اختيار ملابسهم جاء بمستوى مرتفع نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وجاء محور جذب الانتباه فى الترتيب الأول بالنسبة لمستوى الوعى باختيار الملابس بمتوسط حسابى بلغ ٢,٥٥، وفى الترتيب الثانى التكيف مع الآخرين، وجاء محور التزين فى الترتيب الثالث، وجاء محور تناسق الألوان فى الترتيب الرابع، وجاء محور محور مسيطرة الموضة فى الترتيب الخامس، وجاء محور الاحتشام فى الترتيب السادس، وجاء محور التصميم فى الترتيب السابع.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الإجتماعى، مرحلة الطفولة المتأخرة، إختيار الملابس

مقدمة الدراسة:

تحتل الملابس أهمية كبرى فى حياة الانسان عامة، فهي تمثل جانب مهم فالحياة اليومية لأنها تتعلق بالمظهر الخارجى لهم، كما أنها تؤثر على علاقتهم بالآخرين، فالملابس جزء حميم من انفسنا اذ ان الفرد يمتلك ملابسها ويتوحد معها حتى تصبح وسيلة تعكس ذاته و تعبر عن اتجاهاته و شخصيته الملبسية، كما تلعب الملابس دور كبير فى توطيد العلاقة بين الفرد والمجتمع فهي تعتبر مرآة لهذا المجتمع عاداته، تقاليده، ثقافته، قوانينه، وديانته. ويؤثر المجتمع على الملابس من خلال النقاط السابقة بدرجات متفاوتة تختلف من مجتمع لآخر، و تبعاً لعمق وصاله هذه القيم و العادات و التقاليد و المعتقدات فى هذا المجتمع (منى عبدالهادى شاهين، ٢٠١٣: ١٣٤)

تعد مرحلة الطفولة من أهم مراحل تكوين شخصية الفرد، فهي تمثل البذرة الأولى في بناء شخصيته ويلعب الملابس دوراً هاماً في حياة الطفل فمن خلاله يكتسب ثقته بنفسه وبقدراته وتتشكل ملامح شخصيته، ويعد تنفيذ ملابس الأطفال من المجالات التي تحتاج إلى مهارات فنية خاصة حيث ترتبط بمراحل ذات تغييرات جسمية مختلفة ومتعددة من الناحية الفيزيائية والاجتماعية والنفسية (ياسمين إبراهيم حسين، ٢٠١٦: ١٤)

حيث تقوم الملابس بدوراً هاماً في حياة الأفراد وتؤثر عليهم تأثيراً ينعكس على شخصياتهم وأعمالهم وعلاقتهم بالآخرين فالملابس واحدة من الحاجات الأساسية للطفل، وتلعب دوراً هاماً في الحياة العملية بالنسبة للأطفال فهناك خصائص مختلفة من النمو يمر بها أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة ومن هذه الخصائص النمو الجسمي والسيولوجي والحركي والعقلي والإنفعالي والاجتماعي والديني والأخلاقي ونمو الذات، وتحديث الملابس العديد من الصراعات في فترة الطفولة المتأخرة بين مساهمة الموضة الملابس وبين تقاليد وعادات المجتمع فيحاول الأطفال التعبير عن الذات من خلال ارتداء الملابس فتظهر لديهم دوافع لجذب الإنتباه والتكيف مع الآخرين والتزين ومسايرة الموضة، وغيرها من الدوافع ومن هنا ظهر دور مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لأطفال مرحلة الطفولة المتأخرة، حيث أنها تعتبر واحدة من محركات السلوك البشري وتعمل على توجيه سلوك الأطفال عند الإختيار بين الإختلافات والتناقضات.

وقد أصبح الأهتمام بملابس الأطفال مطلباً هاماً وحيوياً وعلمياً مدروساً يمكن من خلاله أشباع احتياجات الطفل (حنان سعيد، ٢٠٠٣: ٢٦)

واختيار ملابس الأطفال يتطلب العديد من المهارات بداية من اختيار التصميم المناسب للطفل، اختيار الخامات المناسبة، اختيار الألوان المناسبة، ومسايرة الموضة، ولتعدد المهارات السابقة والتي يندرج تحت كل مهارة منها عدد من المهارات الفرعية التي يصعب على الأطفال الأمام بها وتطبيقها لا اختيار ملابسهم

مشكلة البحث:

لاحظت الباحثة من خلال استخداماتها اليومية لمواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت، وجود العديد من الصفحات المتخصصة لتعليم الأطفال كيفية اختيار ملابسهم، وفقاً لقواعد ومعايير اختيار الملابس المتعارف عليها، بالإضافة إلى وجود صفحات متخصصة يقوم عليها عدد من المتخصصين في تصميمات ملابس الأطفال، وما يؤكد المشكلة البحثية أيضاً قلة الدراسات السابقة التي تصل إلى حد الندرة حول توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الأطفال لا اختيار ملابسهم، ولعل من مدعيات المشكلة البحثية أيضاً ما قامت به الباحثة من دراسة استطلاعية على عينة من طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة، استهدفت منها معرفة حجم استخدام هؤلاء الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي، وقد أسفرت نتائج هذه الدراسة إلى أن ما يقرب من ٧٦٪ من الطلاب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، في مقابل ٢٤٪ لم يستخدمونها، ومن بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي تبين وجود ما يقرب من ٥٧٪ من الطلاب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي

لمعرفة كيفية اختيار ملابسهم، وفق معايير اختيار الملابس المتعارف عليها، إلا أنه من الملاحظ أن هؤلاء الطلاب لديهم من السمات المظهرية والملبسية ما يميزهم عن أقرانهم من الطلاب غير مستخدمى مواقع التواصل الاجتماعي لهذا الغرض، ومن هنا جاء إحساس الباحثة بمشكلة البحث، وعمدت إلى صياغتها فى صورة مشكلة بحثية تستدعى الدراسة، وفى ضوء ما سبق تحاول الباحثة بلورة مشكلة البحث فى الإجابة على التساؤلات الآتية:

١- ما العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة فى اختيار ملابسهم؟

هدف البحث:

يهدف البحث إلى التعرف على العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة فى اختيار ملابسهم.

أهمية البحث:

١- تسليط الضوء على جانب هام وحيوى فى مرحلة الطفولة المتأخرة وهو الوعى باختيار الملابس.

٢- أشباع احتياجات الطفل من خلال الاهتمام بتوعية الأطفال بأهمية مواقع التواصل الاجتماعي فى اختيار ملابسهم.

٣- توجيه القائمين على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي المتخصصة فى توعيه أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة فى اختيار ملابسهم.

٤- تدعيم الجوانب الايجابية فى استخدام أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة لمواقع التواصل الاجتماعي وتعديل الجوانب السلبية.

٥- إدراك جوانب الضعف والقصور فى مواقع التواصل الاجتماعي واستغلالها ومحاولة توظيفها فى دعم اختيار الأطفال لملابسهم.

٦- الارتقاء بالمظهر الملبسى للأطفال من ناحية الاختيار.

٧- تذليل المشكلات التي تواجه الأطفال فى اختيار الملابس.

فروض البحث:

١- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين متوسطات درجات طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة على مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة فى اختيار ملابسهم تعزى لتغير النوع.

- ٢- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين متوسطات درجات طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة على مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم تعزى لمتغير محل الإقامة.
- ٣- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين متوسطات درجات طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة على مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم تعزى لمتغير نوع التعليم.
- ٤- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين متوسطات درجات طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة على مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم تعزى لمتغير مستوى تعليم الأب.
- ٥- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين متوسطات درجات طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة على مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم تعزى لمتغير مستوى تعليم الأم.

حدود البحث :

تتمثل حدود الدراسة في الحدود التالية:

- **حدود موضوعية :** حددت الباحثة موضوع بحثها في العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم.
- **حدود بشرية:** تمثلت الحدود البشرية للبحث في مرحلة الطفولة المتأخرة وهذه الفترة تقابل تلاميذ الثلاث صفوف الأخيرة للمرحلة الابتدائية، وتم اختيار تلاميذ هذه المرحلة حيث تعد هذه المرحلة أولى المراحل التي يبدأ فيها التلاميذ في تشكيل اتجاهاتهم وبناء قدراتهم على الاختيار.
- **حدود مكانية:** طبقت الدراسة الميدانية على تلاميذ الثلاث صفوف الأخيرة بالمرحلة الابتدائية بثلاث إدارات تعليمية بمحافظة المنوفية وهي إدارة أشمون التعليمية- إدارة الباجور التعليمية - إدارة شبين التعليمية.
- **حدود زمنية:** العام الدراسي ٢٠٢١/ ٢٠٢٢

منهج البحث:

يتبع البحث الحالى المنهج الوصفي التحليلي لكونه المنهج المناسب لطبيعة البحث الذي يتطلب جمع البيانات حول المتغيرات التي يتناولها، وفي إطار هذا البحث الوصفي اعتمدت الباحثة على منهج المسح، ويرجع ذلك إلى كونه من أنسب المناهج العلمية للدراسات الوصفية بصفة عامة، لأنه يستخدم في دراسة الظواهر أو المشكلات البحثية في وضعها الراهن. كما يرجع ذلك إلى كونه

جهدا علميا منظما للحصول علي بيانات ومعلومات وأوصاف للظاهرة ومعرفة كامل جوانبها المختلفة.

أدوات البحث:

وقد تمثلت أداة الدراسة في استبانته مؤلفة من جزئين اختص الجزء الأول منها ببعض البيانات الشخصية عن المستجيب مثل اسمه ، ونوع المدرسة التي ينتمي إليها ، ومكان الإقامة، والمؤهل العلمي للأب، والمؤهل العلمي الأم ، واقتضت الإجابة على هذا الجزء وضع علامة (✓) في إحدى الخانات المناسبة، أو إضافة كلمة أو كلمتين في الأماكن المخصصة لذلك.

أما الجزء الثاني فيتألف من (٥٦) عبارة موزعة على سبع مجالات للتعرف على درجة استخدام تلاميذ مرحلة الطفولة المتأخرة لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بدرجة الوعى باختيار ملابسهم، هي محور التزين (٨ عبارات)، ومحور جذب الانتباه (٨ عبارات) ومحور مسابرة الموضة (٨ عبارات) ومحور الاحتشام (٨ عبارات)، ومحور التكيف مع الآخرين (٨ عبارات) ، ومحور تناسق الألوان (٨ عبارات) ، ومحور اختيار التصميمات الملائمة (٨ عبارات) ، وأمام كل عبارة، ثلاث فئات، تندرج من دائما، فأحيانا، فنادراً، بأوزان نسبية، ٣، ٢، ١ على الترتيب، ويطلب من المستجيب، وضع علامة (✓) أمام كل عبارة، بحسب ما يتفق ووجهة نظره .

مصطلحات الدراسة:

١- **مواقع التواصل الاجتماعي social networking sites**: هي "وسيلة اتصال حديثة، تتمتع بالعديد من المزايا، ويتمكن الأفراد من خلالها بالتواصل مع الآخرين على مستوى محلي وإقليمي وعالمي، علاوة على حرية المناقشات والتعبير عن الرأي وتبادل المعلومات والأفكار، فضلاً عن ملفات الصور والصوت والفيديو وغيرها . (إيناس السعيد إبراهيم، ٢٠١٩: ٤٧) ومن أهم مواقع التواصل الاجتماعي الشائعة الاستخدام: الفيسبوك Face book، تويتر Twitter، إنستغرام Instagram، يوتيوب You Tub، بلوغز Blogs، فليكر Flickr، لينكد إن Linked In، أوركوت Orkut، غوغل بلس +Google، بامبوزر Bambuser، فيمو Vimeo، فريندستر Friendster... الخ (شينا كايسر وآخرون، ٢٠١٥: ١١)

٢- **مرحلة الطفولة المتأخرة: Late childhood** تبدأ مرحلة الطفولة المتأخرة من سن ٩ سنوات وتنتهي عند سن ١٢ سنة، وتتمثل في طلاب الصفوف الثلاثة الأخيرة للمرحلة الابتدائية، وتعتبر هذه الفترة هي بداية النضج، حيث تظهر اهتمامات جديدة للطفل، كما يظهر عليه النضج من الجوانب الجنسية، وكذلك يتقدم في نموه العقلي والبدني. (تيسير أبوعرجة، رنا نضال خليل، ٢٠٢٠، ص ٢٨)

٣- **اختيار الملابس choose clothes** : تعتبر الملابس إحدى أهم الأساسيات التي يُعنى باختيارها الأشخاص بحرص، كونها تعكس جمال مظهرهم الخارجي، وتعبّر في الوقت نفسه عن أذواقهم، كما تؤثر بشكل مباشر على ثقتهم بأنفسهم، وتأخذ هذه القضية حيزاً كبيراً من اهتمام

الأطفال على وجه التحديد، واختيار الملابس للأطفال هي قدرة الطفل على اختيار ما يناسبه من ملابس يتوافق مع مجتمعه وشخصيته ومرحلته العمرية وقوامه ولونه وتوافقه مع الآخرين. (رزان صلاح، ٢٠١٦: ٣٢)

الدراسات السابقة:

تستهدف عملية مراجعة التراث العلمي بشكل أساسي استجلاء المفاهيم النظرية والمنهجية المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة والعلاقات القائمة فيما بينها، بما يسهم إيجاباً في البناء النظري والتصميم المنهجي للبحث الحالي، وفي هذا الصدد فهناك عدة دراسات تقترب من قريب أو بعيد من موضوع البحث الحالي، وتم تقسيم هذه الدراسات إلى محورين: **الأول:** دراسات تناولت استخدام الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي. **والثاني:** دراسات تناولت اختيار ملابس الأطفال وتنمية الوعي نحو اختيار الملابس. وفيما يلي عرض هذه الدراسات على أساس الترتيب الزمني لها من الأحدث إلى الأقدم:

المحور الأول: دراسات تناولت استخدام الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي:

١- استهدفت دراسة نهى أحمد عبدالمولى وآخرون (٢٠٢١) التعرف على استخدامات الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالهوية الثقافية لديهم، ورصد اللغة التي يفضل استخدامها الأطفال عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف على أهم مخاطر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الأطفال، والتعرف على أهم أسباب استخدام الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي، والكشف عن أهم المضامين التي يفضل الأطفال استخدامها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت إلى أن اللغة المفضلة لدى المبحوثين في الكتابة على مواقع التواصل الاجتماعي جاء في الترتيب الأول "الفرانكو أراب" بنسبة ٦١٪، وجاءت مخاطر تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية من وجهة نظر المبحوثين بالترتيب (تفتيت المجتمع وبيث الفتن وانتشار العنف- التهاون بشأن العادات والتقاليد- ضعف اللغة ونسيانها بالتدريج)، جاءت أهم أسباب استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي بالترتيب (التسلية والترفيه وممارسة الألعاب- لأبقى على تواصل مع الأصدقاء من بلدي ومن دول أخرى- التسوق ومعرفة الجديد في عالم الموضة- يوفر لي معلومات متنوعة)، وجاءت أهم نوعية المضامين التي يفضلها المبحوثون "الترفيهية".

٢- استهدفت دراسة مروة محمد غانم (٢٠١٨) التعرف على مدى تأثير استخدام الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي على قيم الأسرة والسلوكيات السائدة بينهم من حيث نوع ودرجة هذه التأثيرات، وكذلك التعرف على أهم مخاطر استخدام الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف على مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية لدى الأطفال. وتوصلت إلى أن متابعة الوالدين لأطفالهم مرتبطة بالمستويات التعليمية، حيث أن المجتمعات ذات التعليم المتقدم تحرص على عملية المتابعة والحرص على وجود برامج الحماية والرقابة على الأجهزة المستخدمة من قبل الأطفال في الأسرة، وتبين وجود علاقة ارتباطية ذات

دلالة إحصائية بين معدل استخدام الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل اتجاهاتهم نحو العلاقات الأسرية وذلك من وجهة نظر الآباء، هذا بالإضافة إلى أن العلاقات الأسرية السليمة والتفاعلات الإيجابية تعد مناخاً مناسباً للحد من تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الأطفال، فالمتابعة والرقابة والمناقشة من أهم ما تقدمه الأسرة لأبنائها ضماناً لحمايتهم من المخاطر في مواقع التواصل الاجتماعي.

٣- استهدفت دراسة منال مرسى الدسوقي، هناء أحمد شوقي شيحة (٢٠١٧) التعرف على أثر استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي على مستوى المهارات الحياتية لديهم بأبعادها (مهارات الاتصال والتواصل مع الآخرين - مهارات اتخاذ القرار وحل المشكلات - المهارات الشخصية - مهارات إدارة المورد المالي - مهارات إدارة الوقت)، والكشف عن أوجه الفروق في استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والمهارات الحياتية بمحاورها تبعاً لاختلاف كل من (الجنس - الحالة الاجتماعية - المستوى التعليمي للوالدين - مستوى الدخل المالي للأسرة). وتوصلت إلى وجود علاقة ارتباطية طردية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومحاور المهارات الحياتية. ووجود فروق دالة إحصائية في استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف الجنس لصالح الذكور، كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير العمر لصالح أفراد العينة الذين كانت أعمارهم من ٢٠ سنة فأكثر.

٤- استهدفت دراسة هنا بنت سعد الشبيب (٢٠١٧) التعرف على استخدام الأطفال في المجتمع السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي ودور الأم في ضبطها. وتوصلت إلى أن نسبة من الأمهات واعيات بأهمية دورهن في استخدام أطفالهن لمواقع التواصل الاجتماعي، ويستشعر الطفل أهمية دور الأم في عملية الرقابة سواء في عدد الساعات التي يقضيها في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، أو نوعية المواقع التي يستخدمها. بينما توجد نتائج عكس ذلك تبين ارتفاع معدل استخدام الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي لساعات طويلة، بالإضافة إلى ارتفاع نسبة استخدام موقع يوتيوب وسناب شات وإنستغرام.

٥- استهدفت دراسة منى السيد عبدالحميد (٢٠١٥) التعرف على العلاقة بين أسلوب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتحمل المسؤولية لدى المراهقين، والعمل على وضع ضوابط لاستخدام مواقع التواصل وتكون متناسبة مع الشريعة الإسلامية والعادات والتقاليد، وعقد دورات تدريبية وإرشادية لمستخدمي خدمات الشبكات الاجتماعية وخاصة الشباب وتوفير الرعاية الكاملة للابناء منذ الصغر وتشجيعهم على الاستقلالية وتحمل المسؤولية والقدرة على اتخاذ القرارات السليمة وتوفير فرصة المناقشة والحوار لديهم، وتوصلت إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائية بين استبيان أسلوب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بمحاورة الأربعة، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من الشباب الجامعي في تحمل المسؤولية

بمحاورها الخمسة تبعا لكل من السن، الكلية، الفرقة الدراسية، وعدد افراد الأسرة، والترتيب بين الاخوات، والمستوى التعليمي للاب والتعليمي للام.

٦- استهدفت دراسة مها أحمد عبدالعظيم (٢٠١٥) التعرف على " مدي استخدام الطفل السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة منها دراسة ميدانية على عينة من الأطفال بمدينة الرياض"، والتعرف على أهم أسباب استخدام الأطفال السعوديين لمواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك التعرف على أهم المضامين التي يقبل الأطفال السعوديين على استخدامها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت إلى أن الأطفال السعوديين يلجأون إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأسباب عديدة منها: لأنهم يجدون فيها حياة جديدة بعيدة عن حياتهم التقليدية التي اعتادوها في الواقع، وإمكانية البحث عن أصدقاء للتواصل معهم من جديد، فضلا عن استخدام البعض لهذه المواقع بغرض الشهرة وإثبات وتعزيز الثقة بالنفس. كما يجد البعض منهم هذه المواقع شكلا من أشكال تقليد الكبار من حيث الفخر بأنفسهم وحضورهم النشاط عليها، وذلك كله بخلاف سهولة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. وفيما يتعلق بالمضامين التي يقبل الأطفال السعوديين على استخدامها جاءت المضامين الفنية والسياسية التي تحتاج للحوار المتبادل بين الآباء والأبناء في الترتيب الأول.

وقد استفادت الباحثة من الدراسات المتعلقة بهذا المحور في الآتي:

في الوقوف على المنهج المناسب للدراسة الحالية، وتصميم أدوات الدراسة، والتعرف على مواقع التواصل الاجتماعي وأهم المضامين التي يقبل عليها طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة، ومعرفة حجم استخدام طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة لمواقع التواصل الاجتماعي.

المحور الثاني: دراسات تناولت اختيار ملابس الأطفال وتنمية الوعي نحو اختيار الملابس:

١- استهدفت دراسة ملاك حاتم غيث، حنان عبدالحليم بخاري (٢٠٢٢) نشر الثقافة الملبسية للأطفال عن طريق الألعاب التعليمية، واتبع المنهج الوصفي والتحليلي. وتوصلت إلى أنه تم ابتكار لعبة من تصميم الباحثين مكونة من مانيكان طفلة وقطع ملبسية مختلفة يتم التنسيق بين القطع من قبل الطفلة لاكتساب الثقافة الملبسية بطريقة مسلية وبسيطة ودعم ذلك من خلال معرفة آراء الأمهات في أهمية إيصال الثقافة الملبسية عن طريق الألعاب التعليمية في عمر مبكر وقد أيد ذلك الأمهات بنسبة ٨٧,٣٪.

٢- استهدفت دراسة رنا فاضل عباس الجنابي (٢٠٢١) قياس مستوى التذوق الملبسي لدى طلبة الجامعة. والتعرف على الفروق في التذوق الملبسي بأبعاده لدى طلبة الجامعة تبعا للمتغيرات الآتية (النوع، التخصص، المرحلة الدراسية، العمر، الدخل الشهري). وبناء مقياس للتذوق الملبسي يتكون من ستة أبعاد يشمل (٤٧) فقرة، ضمت الأبعاد الآتية (الاحتشام، التزين، مسابرة الموضة، جذب الانتباه، الانتماء للمجموعة، تحقيق الذات). وتوصلت إلى تمركز النسبة الأعلى من العينة في المستويين (المتوسط، المنخفض) مما يشير إلى أن طلبة الجامعة لديهم ضعف في التذوق الملبسي. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية تبعا لمتغير النوع لصالح الإناث في بعد (التزين)، ومتغير

- العمر لصالح السن (٢١ سنة - أقل من ٢٤ سنة)، بعد (جذب الانتباه)، والسن (٢٤ سنة - أقل من ٢٨ سنة)، وبعد (الانتماء للمجموعة). بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تبعا لمتغيرات: التخصص والمرحلة الدراسية والدخل الشهري في أبعاد مقياس التذوق الملبسي.
- ٣- استهدفت دراسة فاطمة إبراهيم عطا (٢٠١٩) التعرف على الإتجاهات الملبسية لتلاميذ المرحلة الإعدادية في الريف والحضر وأثر المستوى الإقتصادي والإجتماعي للأسرة على إختياراتهم للملابس الخارجية، وتوصلت الدراسة إلى انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات تلاميذ المرحلة الإعدادية نحو اختيار ملابسهم الخارجية ترجع لمتغير الإقامة، الصف الدراسي، مستوى تعليم الأب والأم ووظيفة الأب والأم.
- ٤- استهدفت دراسة يسرى شاكر محمد جواد (٢٠١٦) التعرف على مدى ثقافة الأم في اختيار ملابس الأطفال في مرحلة الطفولة المبكرة (٤- ٦) سنوات وعلاقتها ببعض المتغيرات منها مهنة الأم (عاملة /غير عاملة)، عدد الأطفال، وبناء أداة لقياس مدى ثقافة الأم في اختيار ملابس الأطفال، والتعرف على الثقافة الملبسية وماهي الأسس والقواعد التي يتم في ضوءها اختيار ملابس الأطفال. وتوصلت إلى أن الأمهات لديهن ثقافة ووعي في اختيار ملابس الأطفال في مرحلة الطفولة المبكرة. وتبين أن هناك فرق دال إحصائيا في تأثير ثقافة الأم في اختيار ملابس الأطفال في مرحلة الطفولة المبكرة حسب متغير مهنة الأم ولصالح الأم العاملة. كما تبين أن هناك فرق دال إحصائيا حسب متغير عدد الأطفال ولصالح فئة (ثلاثة أطفال فأكثر) وفئة (طفل).
- ٥- استهدفت دراسة هالة نور خيري، يسرى شاكر السلطاني (٢٠١٣) معرفة توجهات الوالدين نحو شراء الملابس لأطفالهم. ومقارنة وجهة نظر الآباء مع الامهات في اختيار ملابس الابناء. ومعرفة تأثير مقدار دخل الاسرة في اختيار الوالدين للملابس الابناء، وتوصلت النتائج إلى تأثير مقدار دخل الاسرة في اختيار الوالدين للملابس الابناء، ويؤثر عدد الابناء في الميزانية المخصصة للملابس، ويختار الوالدين ملابس أطفالهم بما يتلاءم مع تقاليد المجتمع الذي يعيشون فيه.
- ٦- استهدفت دراسة لولوة غرم الله الغامدي (٢٠١٢) التعرف على السلوك الملبسي لدى الطالبة الجامعية نحو اختيار الملابس وحساب مدى تأثير الإعلان على اتخاذ قرارات الشراء من حيث تكوين الاتجاهات السليمة وتنمية الوعي الاستهلاكي السليم لأساليب الشراء لدى الطالبة الجامعية. وتوصلت إلى ازدياد الوعي للطالبة الجامعية في أساليب شراء الملابس.
- ٧- استهدفت دراسة رباب محمد السيد، رشا محمود محمد (٢٠١١) التعرف على مدى فعالية برنامج مقترح بالوسائل المتعددة في دراسة التذوق الملبسي وأثره على اتخاذ قرار اختيار وشراء طالبات الجامعة ملابسهن والكشف عن بعض العوامل المؤثرة على ذلك، وأهم الأسس التي يمكن من خلالها تعديل السلوك الملبسي وحسن اتخاذ قرار اختيار وشراء الملابس لدى الطالبات. وتوصلت إلى وجود فروق دالة إحصائيا بين طالبات جامعة الفيوم قبل وبعد تطبيق

البرنامج المقترح لصالح التطبيق البعدي، وتبين تأثير المستوى الاقتصادي، والاجتماعي تأثيراً إيجابياً على جوانب استبيان التذوق على اتخاذ قرار اختيار وشراء ملابسهم والمجموع الكلي بالنسبة للطالبة الريفية.

٨- استهدفت دراسة سارة ميلاد نخلة (٢٠١١) إعداد برنامج تعليمي على الحاسب الآلي لتنمية الجانب الإدراكي والذهني لأطفال مرحلة الطفولة المتأخرة (٦- ١٢) سنة من خلال شخصيات كرتونية محبة لتنمية الوعي التذوقي المرتبط بأزياء بعض المهن الخاصة والوصول بالأطفال لمستوى جيد من التذوق الملبسي وتوصلت الدراسة لوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الاختبار القبلي والبعدي لصالح الاختبار البعدي مما يثبت فاعلية البرنامج.

وقد استفادت الباحثة من الدراسات المتعلقة بهذا المحور في الأتي:

في التعرف على مواصفات ملابس مرحلة الطفولة المتأخرة، ومعرفة أهم محاور اختيار الملابس وتوصيفها وتتمثل في مجالات (الترزين- جذب الانتباه- مسابرة الموضة- الاحتشام- تناسق الألوان- التصميم- التكيف مع الآخرين)، والاستفادة من تلك الدراسات في بناء محاور الاستبيان.

الإطار النظري للدراسة:

أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي:

يعتبر أي موقع ويب يسمح بالتفاعل الاجتماعي موقعاً لوسائل التواصل الاجتماعي، بما في ذلك مواقع الشبكات الاجتماعية مثل الفيسبوك Facebook وماسبيس MySpace وتويتر Twitter؛ مواقع الألعاب والعوالم الافتراضية مثل Club Penguin وSecond Life وSims؛ مواقع الفيديو مثل يوتيوب؛ والمدونات. مثل هذه المواقع تقدم للشباب اليوم بوابة للترفيه والاتصالات ونمت بشكل كبير في السنوات الأخيرة (Gwenn & Kathleen, 2011, 800-804).

أ- مميزات مواقع التواصل الاجتماعي:

تتمثل أهم مميزات مواقع التواصل الاجتماعي فيما يلي (علي سيد إسماعيل، ٢٠٢٠: ٤٨-

٥٢)

- مكنت مواقع التواصل الاجتماعي من مشاركة المصادر والمواد العلمية بسهولة ويسر، إضافة للحصول على التغذية المرتدة، السريعة والفعالة. والحصول على المعلومات، البيانات، والأخبار، كما أصبح المستخدم منتجاً للمضامين، والرسائل، والبيانات عبر صفحاته الشخصية، ومنتديات الحوار، والمدونات وغرف الدردشة.
- إمكانية إنشاء المجموعات Groups للمستخدمين ذوي الاهتمامات والأهداف المشتركة.
- التواصل المستمر بين المجموعات المختلفة. والتواصل بين مختلف أطياف المجتمع.
- تقديم معرفة جديدة وكسر احتكار المعلومة، وباتت تشكل عامل ضغط على الحكومات والمسؤولين.

- تقديم دعماً للمحادثات التفاعلية بين المجموعات والأفراد، سواء عبر التفاعل المتزامن عبر الدردشة والتراسل الفوري أو عبر التفاعل غير المتزامن عبر المنتديات.
- توفير مستودعات للمخزون المعرفي للمجتمع في كافة المجالات .
- العالمية: حيث لغت الحواجز الجغرافية، وتحطمت الحدود الدولية فأصبح المستخدم بالشرق يتواصل مع المستخدم بالغرب بسهولة ويسر.
- التفاعلية: حيث لغت مواقع التواصل الاجتماعي السلبية المقيتة التي لازمت الإعلام التقليدي من الصحف الورقية والتلفاز، وأصبح المستخدم بهذه المواقع متفاعلاً نشطاً ليس مجرد مستقبل وقارئ بل أصبح مرسل وكاتب ومشارك أيضاً.
- التنوع وتعدد الاستخدامات: كل مستخدم يستخدم هذه المواقع لتحقيق أهدافه، فالطالب يستخدمها للتعلم، ويستخدمها العالم لبحث علمه وتعليم الناس، ويستخدمها الكاتب للتواصل مع القراء .. وهكذا.
- تتميز بسهولة الاستخدام.
- التوفير والاقتصادية، توفر الوقت والجهد والمال في جمع المعلومات، في ضوء مجانية التسجيل والاشتراك.

ب- الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي:

ويشير (محمد جابر، ٢٠١٥: ٢) لأهم مميزات وخصائص مواقع التواصل الاجتماعي، تقدم آلية جديدة لفهرسة المعلومات، تقدم معرفة جديدة، تقدم دعماً للتغذية الراجعة الجماعية، إزالة القيود المفروضة في العالم الحقيقي، كما تقدم مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها العديد من الخدمات وأهم هذه الخدمات:

- **خدمات إعلامية:** تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي مصدر رئيس لمستخدميها للحصول على الأخبار والأحداث الجارية لما تتصف به بالأنية في نشر الخبر.
- **خدمات وظيفية:** يلجأ أغلب المستخدمين للبحث عن وظائف مناسبة إلى مواقع التواصل الاجتماعي مثل موقع فليكر وغيره، وغالباً ما يكون التقديم لهذه الوظائف إلكترونياً عبر الرابط الذي تضعه الشركة أو المؤسسة.
- **خدمات اجتماعية:** مثل تكوين مجموعات لجماعات تخدم قضايا ومشاكل الأمة ومن هذه الجماعات جماعة صناعات الحياة، وجماعة أصدقاء الليتامى.. الخ، ويمكن لكل جماعة عرض مبادئها وأهدافها كما يمكنها جمع التبرعات.
- **خدمات حكومية:** لجأت العديد من المصالح الحكومية إلى التواصل مع المواطنين عبر مواقع التواصل الاجتماعي مما ساهم في تنظيم عملها وزيادة كفاءتها وقدرتها على تلبية احتياجات المواطنين وتوفير الوقت والجهد والنفقات اللازمة لتقديم خدماتها وتلبية احتياجاتها.
- **خدمات تعليمية:** تساهم مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة My space، Facebook، Youtube في جعل التعليم والتعلم أكثر متعة وأكثر نشاطاً وحيوية ومعايشة طوال اليوم

- (إبراهيم عبد الوكيل، ٢٠١٢: ١٦٩ - ٢٧٦). وبدء الكثير من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات العالمية والعربية باستخدام هذه المواقع للتواصل مع الطلاب من أجل جعل البيئة التعليمية تفاعلية وشفافة يكون فيها الطالب عنصراً فاعلاً يشارك المسئولية، وليس مجرد متلقي سلبي لمعلومات يلقنه إياها المعلم في القاعة الدراسية. (البيسوني عبد الله، ٢٠١٣: ١٧٣)
- **خدمات دينية:** ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في نشر التعاليم الدينية للمسلمين وغير المسلمين حيث أصبح للدعاة صفحاتهم الشخصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لنشر الدعوى والإجابة على العديد من التساؤلات والإستفسارات التي ترد إليهم.
- **خدمات الإتصال الشخصي:** من خلال الإتصال يسعى شخص ما للتأثير على شخص آخر، وعن طريق الإتصال يتم التفاهم والتقارب والتواصل بين الأفراد، وبذلك تقل الفروق أو الإختلافات بينهم، ويستخدم الإتصال لتعديل أفكار شخص ما أو عقائده أو اتجاهاته أو ميوله أو سلوكه أو تصرفاته (عبد الرحمن محمد، ٢٠٠٧: ٢٩٨).
- **خدمات نفسية:** يمكن استغلال مواقع التواصل الاجتماعي لمعالجة المشكلات النفسية التي يعاني منها كلا الجنسين في مجتمعه. (جيهان سليمان، ٢٠١٥: ٣٩، ٣٥)

ج- أبعاد مواقع التواصل الاجتماعي:

- ومن أهم وأبرز أبعاد مواقع التواصل الاجتماعي أو ما أطلقت عليه الإعلام التفاعلي (بتول السيد مصطفى، ٢٠١٩، ١٣٥)
- **بعد الانتقائية:** صار بإمكان المستخدم اختيار وسيلة أو رسالة ما، ويضم أيضاً الإدراك والتذكر الانتقائي.
- **بعد العمودية:** يعتمد بدوره على الدوافع والحاجات وخصائص الجمهور.
- **بعد النفعية:** حيث يختار الجمهور ما يتعرض له مما يشبع حاجاته ودوافعه.
- **بعد مناعة التأثير:** أي صعوبة ومحدودية التأثير في الشعور والتفكير والسلوك.
- **بعد الاستغراق:** يحدث على المستوى الإدراكي والتأثيري والسلوكي.

ثانياً: مرحلة الطفولة المتأخرة:

أ- تعريف مرحلة الطفولة المتأخرة:

تمتد مرحلة الطفولة المتأخرة من سن ٩ سنوات إلى ١٢ سنة، بحيث تشمل الثلاث صفوف الأخيرة للمرحلة الابتدائية، ويطلق عليها البعض مرحلة قبيل المراهقة، وهنا يصبح السلوك بصفة عامة أكثر جدية ويكون معدل النمو بطئ عن المرحلة السابقة واللاحقة. (حامد زهران، ٢٠٠٥: ٢٧٤)، ففى هذه المرحلة تتغير الملامح العامة التي كانت تميز شكل الجسم في المراحل السابقة وتبدأ الفروق الجسمية بين الجنسين في الظهور فيكون البنين أطول قليلاً من البنات ويزداد نمو العضلات وقوتها وهذا يجعل الطفل شغلة من النشاط الدائم. (منا موسى، نجدة ماضى، ٢٠٠٥: ٢٩) ومرحلة الطفولة المتأخرة من أهم المراحل التي يمر بها الانسان لأنه يكتسب فيها الكثير من معلوماته وخبراته ومهاراته وقيمه واتجاهاته، كما جاءت أهمية مرحلة الطفولة المتأخرة نتيجة الدراسات التي

أكدت أثر هذه المرحلة في شخصية الفرد سلباً أو إيجاباً تبعاً للظروف البيئية التي عاشها. (نايف قطامي، محمد برهوم، ٢٠٠٤: ١٩)، لذا يجب أن يترك للطفل حرية إختيار ملابسه فيشب معتمداً على نفسه ويترك له مزيد من الثقة فيتمتع بشخصيته المستقلة ويكون له ذوق رفيع في إختيار ملابسه

ب- الشروط الواجب توافرها في ملابس الأطفال في مرحلة الطفولة المتأخرة:

- ١- يجب أن تكون ملابس هذه المرحلة مسايرة الموضة حديثة في خطوطها وألوانها وخاماتها مع إستعمال إكسسوارات ذات ذوق رفيع وأن تكون ملابسه مطابقة لطرز المجموعة وإذا لاحظ الأطفال الآخرين أي غرابة في ملبسه فإن ذلك يشعره بالنقص مما يؤدي إلى إنعزاله عن المجموعة.
- ٢- يجب أن تكون ملابس الطفل سهلة الإستعمال بالنسبة له بحيث يرتديها بمفرده وبدون مساعدة الغير حتى لا يشعر بالضيق مع مراعاة أن تكون الفتحات الموجودة واسعة بالدرجة التي تسهل إرتدائها وخلعها. (إيمان محمد عادل دسوقي، ٢٠١١: ٦٧: ٦٨)
- ٣- هناك أشياء تجذب الأطفال إلى إختيار ملابسهم وهي التصميم الزخرفي للملبس فأحيانا قد يلفت أنظار الأطفال رسمه ويميل إليها ولذلك من الأفضل إختيار زخارف محببة لدى الأطفال وتلائم تلك المرحلة.
- ٤- من الأفضل مطابقة الملبس لمقاسات الجسم وأن تكون الأقمشة المستخدمة في صناعة ملابس الأطفال من النوع التريكو أو النسيج السادة ١/١ حيث يتوفر نوع الراحة المطلوب من حيث الوزن والحركة والمطاطية وسهولة العناية بالملبس ومنح الطفل الدفء المطلوب والبعد عن الألياف الصناعية التركيبية كخامة تستخدم في ملابسهم. (إيمان محمد إبراهيم محيسن، ٢٠١٠: ٢٨)
- ٥- إستعمال المكملات الملبسية مثل الأبليك أو التطريز أو الطباعة تجعل ملبس الطفل وتعمل على تنمية حاسة التذوق الجمالي لديه وتساعد على التمييز بين الجميل والقبيح.
- ٦- ضرورة توافر عنصري الراحة والمتانة في الملبس حيث يعتبر الملبس المريح أحد العناصر التي تساعد على سير عملية النمو بطريقة سوية وسليمة. (إيمان محمد عادل دسوقي، ٢٠١١: ٦٨)
- ٨- الأمان: وهذه الخاصية مهمة جدا ويجب توفيرها في الخامة المستخدمة لملابس الأطفال حيث أن الأطفال لا يمكنهم التفرقة بين الأماكن والمواقع التي قد يواجهون فيها الخطر والتجهيز ضد الإشتعال ويأتي في مقدمة التجهيزات المهمة جدا في الأقمشة التي تستخدم في عمل ملابس الأطفال.
- ٩- الألوان: حيث أن الأطفال على وجه العموم وخاصة أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة يفضلون الألوان الزاهية لأنها تعتبر من الألوان المثيرة والجذابة والألوان الباهتة تظهر عليها الإتساخت بسرعة أما الألوان الداكنة فإنها غير مستحبة إذ يشعر الطفل بالإكتئاب عند إرتدائها. (وفاء مهدي طه عبد الهادي، ٢٠٠٩: ٢٨ - ٢٩)

١٠- مراعاة أن تكون النقوش أكثر تناسبا مع حجم القطع الملابس الخاصة بالطفل وذلك لأن المساحات فيها تكون صغيرة ولا تتحمل النقوش الكبيرة ، والأقمشة المطبوعة يجب أن تتناسب تصميماتها مع سن الطفل .

١١- مراعاة توافر عنصر مقاومة التوبير في الخامات المستخدمة في ملابس الأطفال . (أميرة علي عبد الرشيد علي سلامة، ٢٠١٠: ٢٨ - ٢٩)

١٢- أن تكون ذات أسعار منخفضة. (ياسمين إبراهيم حسين، ٢٠١٦: ١٢٣)

ج- العوامل التي تؤثر في تكوين الاتجاهات الملابس للأطفال:

١- **التزين (Adornment)** : تعد رغبة الفرد في التزين رغبة عامة وشاملة للجميع في كل مكان إلا أن لكل مجتمع طابعا خاصا في أسلوب التزين والملابس ترتبط بالزينة والتجمل فهي الدافع وراء الشعور بالجمال وهذا يفسر لنا الإتجاه نحو إتباع أحدث صيحات الموضة والسعى وراء كل ما هو جديد ومبتكر في الملابس من أجل التزين وجذب الإنتباه سواء لنفس الجنس أو للجنس الآخر. (فاطمة الزهراء محمود، ٢٠١١: 68)

٢- **جذب الانتباه (Attract Attention)**: هو الحاجة إلى أن يكون الإنسان جذاباً فهو دافع أساسى للملبس والتزين واهتمام الشباب يزداد بجذب اهتمام الآخرين ويصبح قلقا من أجل أن يصبح جذابا أمام الآخرين ويتكيف على أن شيئا يجعله مقبولا لذلك فهو يميل إلى التفكير في أسباب القبول الاجتماعي عن طريق الملبس والمظهر. (فاطمة الزهراء محمود، 2011: 67)

٣- **مسايرة الموضة (Fashion)** : الموضة هي ذلك الأسلوب المنتشر السائد في أمور وأشياء من شأنها أن تخضع للتغيير في الشكل والهيئة والطراز، وهذه الطرز تظهر وتختفي في ميدان الملابس والتزين والتجميل والهندسة والموسيقى .. الخ . كما تعرف بأنها الأسلوب الجديد، أو مجموعة من الطرز في الملابس، أو إضافة لمسات زخرفية للملابس خلال فترة معينة في موسم معين، كما تعرف بأنها العلاقة الوطيدة والمتبادلة بين الجسد الانساني ولباسه، ومفهوم الموضة في قاموس الأزياء هو الاسلوب الشائع في وقت معين وتعني الأناقة أو السعادة أو حتى القبح (الرديء)، والموضة أسلوب من التعبير في أي فن ،وتظهر بوضوح في الملابس ، في الاتزان أو الخطأ أو اللون. (يسرى معوض عيسى، ٢٠١١: ٣٢)

٤- **التكيف مع الآخرين (Adjustment with others)**: التكيف أو التوافق هو الحالة من التواءم والإنسجام بين الفرد ونفسه وبينه وبين بيئته تبدو في قدرته على إرضاء أغلب حاجاته وتصرفه تصرفا مرضيا إزاء مطالب البيئة المادية والاجتماعية والتكيف مع الأفراد من خلال الملبس يعنى التآلف والتقارب عن طريق الملبس المتجانس بين الأفراد وخلق الفرد من أي صراعات داخلية.(فاطمة الزهراء محمود، 2011: 67)

٥- **الاحتشام (Modesty)**: هو الإلتزام بالعفة والفضيلة والتحلى بالأدب والخلق والتزين والوقار فلا يظهر المفاتن ومواضع الزينة والمفهوم المعياري للاحتشام يختلف باختلاف

الفئات التي تتبعه تبعاً لإختلاف قيمهم وأفكارهم وآراء المحيطين بهم ويرجع ذلك إلى إختلاف صورة الاحتشام من فئة لأخرى ومن مجتمع لأخر (ماجدة إمام، سامية الجارحي، 2004: 109)

٦- تحقيق الذات (Self-Actualization): تحقيق الذات هو الرغبة في التعبير عن النفس والتعريف بها لدى أعضاء المجموعة التي يتفاعل معها الفرد والشباب يرفضون الارتداء لأجل العمل فإنهم يرتدون من أجل التعبير عن شخصيتهم ورغبتهم في تحقيق سوق للشباب يعبرون فيه عما يحبون فاتجاههم هو التعبير عن الذات وتحقيقها من خلال الملابس فالمظهر الجيد يؤثر على الحالة النفسية. (زينب عبد الحفيظ، 2002: 42)

٧- تناسق الألوان: وتوجد كثير من المدارس والطرق في تنسيق ألوان الملابس مع بعضها، فالبعض يفضل اختيار الألوان القريبة من بعضها، أو كما تسمى بالألوان المتجانسة وهي مجموعة الألوان التي تشترك في أصلها ويتسبب هذا الأصل المشترك في تجانس الألوان وظهورها بشكل مقبول، وكلما زاد تقارب الألوان من بعضها ظهر الشكل التقليدي، ويمكن الخروج من الشكل التقليدي بزيادة التباين بين الدرجتين فيزيد التباين ويظهر جمال اللونين أكثر. (خالد الشيخ، ٢٠١٦: ١٩)

عينة البحث:

طبق البحث الحالي على عينة من تلاميذ الثلاث صفوف الأخيرة بالمرحلة الابتدائية، بثلاث إدارات تعليمية بمحافظة المنوفية هي: إدارة أشمون التعليمية - إدارة الباجور التعليمية - إدارة شبين التعليمية، وبلغ حجم العينة (٣٠٠) مفردة من مستخدمي مواقع التواصل الإجتماعي، وقد تم تحديد اختيارهم بأسلوب المسح موزعة بواقع (١٠٠) مفردة لكل إدارة تعليمية، موزعة بين مدرستين، إحداهما مدرسة حكومية والأخرى مدرسة خاصة بواقع (٥٠) مفردة لكل مدرسة من مستخدمي مواقع التواصل الإجتماعي.

أدوات البحث وأسلوب جمع البيانات:

تم جمع بيانات البحث الحالي من خلال مقياس العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم من إعداد الباحثة، بأسلوب المقابلة الشخصية مع المبحوثين، والمقياس عبارة عن (٧) محاور، وكل محور يتضمن (٨) بنود. وقد مر إعداد هذه الأداة بالمراحل العلمية المتعارف عليها من تحديد الهدف والبيانات المطلوب جمعها وإعدادها في صورتها الأولية، ومراجعتها منهجياً وعلمياً من خلال مجموعة من الخبراء والمحكمين في محور الاقتصاد المنزلي وتم تطبيق المقياس القبلي للتأكد من صدق وثبات الأداة.

خطوات إعداد مقياس الوعي بالاختيار الملبسى:

١- تحديد الهدف من المقياس: في ضوء مشكلة البحث وفروضه ومتغيراته، تم تحديد شروط اختيار أفراد العينة المستهدفة، وذلك للوقوف على الصياغة المناسبة للمبحوثين من ناحية، وتحقيق

أهداف البحث من ناحية أخرى، وبناء عليه تم إعداد المقياس لتحقيق الأهداف التى يسعى البحث إلى تحقيقها.

٢- تم إعداد المقياس في شكله المبدئى في شكل عبارات: لقياس متغيرات البحث وذلك لمراعاة صدق المحتوى، من خلال التأكد من أن العبارات التى تضمنها المقياس تغطي أبعاد المشكلة موضوع البحث، مع مراعاة التسلسل المنطقي لها.

٣- صياغة العبارات: إن صياغة عبارات المقياس أمر يتطلب الدقة والوضوح، فالنتائج قد تتغير لمجرد تغيير كلمة فى إحدى عبارات المقياس، ولذلك فقد روعي في صياغة عبارات المقياس استخدام عبارات واضحة محددة المعنى، تخلو من المصطلحات الصعبة وغير المألوفة، كما تم صياغة العبارات بصورة لا توحى بإجابة معينة، أو أن يتم صياغتها بشكل يحمل معنى التأييد أو الرفض، وأيضاً تم استبعاد العبارات المركبة، بحيث تضمنت كل عبارة من عبارات المقياس فكرة واحدة.

٤- تحديد الاستجابات على المقياس: تم تحديد الاستجابات بالنسبة للمقياس الحالى بثلاثة استجابات وهى (دائماً - أحياناً - نادراً) على أن يكون تقدير هذه الاستجابات بإعطائها (٣ - ٢ - ١) درجة للعبارات موجبة الصياغة، ويتم ذلك من خلال اختيار الاستجابة الأصح والأنسب من بين الاستجابات الثلاثة.

٥- تحديد أبعاد المقياس: يتكون مقياس العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الإجتماعي بتنمية وعى أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة فى اختيار ملابسهم فى صورته النهائية من (٧) محاور فرعية تمثل وعى أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة فى اختيار ملابسهم، حيث تدور مادة المقياس حول تحديد مجموعة من المفردات التى تقيس درجة استخدام الطلاب مواقع التواصل الإجتماعي وعلاقته باختيار ملابسهم، وقد تضمن المقياس (٧) محاور فرعية هى محور التزين، محور جذب الانتباه، محور مسابرة الموضة، محور الاحتشام، محور التكيف مع الآخرين، محور تناسق الألوان، محور التصميم.

٦- التطبيق القبلى Pre Test للمقياس: فقد تم تطبيق المقياس في شكله المبدئى على عينة استطلاعية مكونة من ٤٠ مفردة، وذلك بهدف التعرف على مدى فهم الباحثين لبنود المقياس، ومعرفة البنود الصعبة التى تحتاج إلى تعديل وتوضيح من الباحثة، وحذف بعض البنود وتعديل صياغة بعض البنود، وتحديد الفترة الزمنية التى تتطلبها الإجابة على المقياس، والتعرف على مشكلات العمل الميدانى، ونتيجة التطبيق القبلى تم تغيير صياغة بعض البنود وحذف بعض البنود.

٧- دراسة المقياس: وذلك من خلال مراجعته ودراسته علمياً ومنهجياً من خلال عرض المقياس على الخبراء والمحكمين في تخصصات متعددة، وذلك بهدف التعرف على ملاحظاتهم عليه سواء بالحذف أو الإضافة أو التعديل، والتأكيد على مدى معالجة المقياس لكافة جوانب البحث، ومدى صلاحيته منهجياً للحصول على إجابات صحيحة وغير متحيزة من أفراد العينة.

٨- **صياغة المقياس في صورته النهائية:** بناء على نتائج التطبيق القبلي للمقياس وملاحظات الخبراء والمحكمين تم صياغة المقياس في شكله النهائي الذي سيتم تطبيقه على عينة البحث، ويتكون المقياس من (٧) محاور، بالإضافة للبيانات الأولية، ثم بعد ذلك قامت الباحثة بإجراء الدراسة الميدانية من خلال تطبيق المقياس على عينة الدراسة.

٩- **المراجعة المكتبية للاستمارات:** بعد إجراء الدراسة الميدانية قامت الباحثة بمراجعة الاستمارات وترقيمها بأرقام متسلسلة للتأكد من دقة موضوع الإجابات، واستبعاد الاستمارات التي لا تحقق القدر المقبول علمياً من الصدق واتساق الإجابات مع بعضها، وكذلك استبعاد الاستمارات التي لم تكتمل بياناتها، حيث تبين عدم وجود أى استمارات خاطئة ويرجع ذلك إلى أنه تم تطبيق (٥٠) استمارة فقط في كل مدرسة مما أدى إلى الدقة في تطبيق الاستمارات.

١٠- **خطوات تقنين المقياس:**

أولاً: صدق المقياس:

يقصد بالصدق أن يقيس المقياس ما وضع لقياسه، وقد أجرى اختبار الصدق للتأكد من صدق المقياس من حيث صدق المحتوى Content validity .

أ- **الصدق المنطقي:** اعتمدت الباحثة في بناء هذا المقياس واختيار العبارات المكونة لأبعاده على الدراسات السابقة التي اتخذت من مواقع التواصل الاجتماعي واختيار ملابس الأطفال موضوعاً لها. وكذلك اشتقت بعض عبارات المقياس من بعض المقاييس الخاصة بالدراسات السابقة، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر. ويشير هذا الاعتماد على المصادر السابقة إلى تمتع المقياس بقدر مقبول من الصدق المنطقي وأن المقياس صالح للتطبيق.

ب- **الصدق الظاهري أو صدق المحكمين:** تم عرض المقياس على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الاقتصاد المنزلي في الجامعات المصرية، وذلك بغرض دراسة مفردات كل محور في ضوء التعريف الإجرائي له، وكذلك الهدف من المقياس. وقد أقر المحكمون صلاحية المقياس بشكل عام بعد إجراء بعض التعديلات التي إقترحها المحكمون، وقد تم الإبقاء على المفردات التي جاءت نسبة اتفاق المحكمين عليها ٩٠٪ فأكثر، وتم حذف بعض العبارات وتعديل بعضها في ضوء الملاحظات التي أبدتها المحكمون.

ج- **صدق الاتساق الداخلي:** تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل بعد من أبعاد المقياس والدرجة الكلية له، وذلك لمعرفة مدى ارتباط كل بعد بالدرجة الكلية للمقياس، ولهدف التحقق من مدى صدق المقياس، ويتضح ذلك من خلال جدول (١).

جدول (١)

معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور فرعي والدرجة الكلية للمقياس ككل

المجال	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
محور التزيين	٠,٨٦٧	دالة عند ٠,٠١
محور جذب الانتباه	٠,٨٨٧	دالة عند ٠,٠١
محور مسابقة الموضة	٠,٩١٢	دالة عند ٠,٠١
محور الاحتشام	٠,٨٤٢	دالة عند ٠,٠١
محور التكيف مع الآخرين	٠,٧٨٤	دالة عند ٠,٠١
محور تناسق الألوان	٠,٦٩٨	دالة عند ٠,٠١
محور التصميم	٠,٨٩٨	دالة عند ٠,٠١

يتبين من جدول (١) أن محاور المقياس تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ودالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من ٠,٠١، وقد تراوحت معاملات الارتباط لمحاور المقياس بين (٠,٦٩٨، ٠,٩١٢) وهذا دليل كافٍ على أن مقياس مهارات التواصل التعليمي لتلاميذ المرحلة الابتدائية يتمتع بمعامل صدق عالي، وبم أن المقياس تم تقسيمه إلى سبع محاور، فقد تم إجراء معاملات الارتباط بين فقرات كل بعد من المحاور والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه الفقرة على حده ويتضح ذلك من خلال جدول (٢).

جدول (٢)

معاملات الارتباط بين درجات عبارات كل محور فرعى والدرجة الكلية للمقياس الفرعى لها (♦)

المحاور الفرعية للمقياس (النوعى باختبار الملابس)									
محور التكيف مع الآخرين		محور الاحتشام		محور الموضة		محور جذب الانتباه		محور التزين	
معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة
٠,٨٥٢	١	٠,٥٩٨	١	٠,٨٨٣	١	٠,٦٩٢	١	٠,٦٨٧	١
٠,٧٥٣	٢	٠,٧٦١	٢	٠,٨٧٣	٢	٠,٧٨٥	٢	٠,٧٩٢	٢
٠,٧٩٤	٣	٠,٨٨١	٣	٠,٨٨٢	٣	٠,٦٥٧	٣	٠,٦٧٤	٣
٠,٧٧٥	٤	٠,٧٥٤	٤	٠,٧٨٤	٤	٠,٦٧٨	٤	٠,٨٢٥	٤
٠,٦٥٧	٥	٠,٧٤١	٥	٠,٩١٠	٥	٠,٥٩٨	٥	٠,٥٨٧	٥
٠,٧٣٢	٦	٠,٧٥٢	٦	٠,٧٢٤	٦	٠,٨٢١	٦	٠,٥٩٧	٦
٠,٦٧٨	٧	٠,٦٧٤	٧	٠,٧٦٥	٧	٠,٦٥٧	٧	٠,٨٨٢	٧
٠,٨٨٢	٨	٠,٨٢٥	٨	٠,٧٤١	٨	٠,٦٦٢	٨	٠,٧٥٤	٨
محور التصميم					محور تناسق الألوان				
معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة
		٠,٦٥٧	٥	٠,٦٨٧	١	٠,٧٤٣	٥	٠,٨٥٢	١
		٠,٧٣٢	٦	٠,٥٩٢	٢	٠,٧٩٤	٦	٠,٧٥٣	٢
		٠,٧٧٦	٧	٠,٧٧٥	٣	٠,٦٨٧	٧	٠,٦٢٥	٣
		٠,٧٨٤	٨	٠,٦٧٤	٤	٠,٧٨٢	٨	٠,٨٨٢	٤

(♦) جميع معاملات الارتباط دالة عند مستوى ٠,٠١ ن = ٤٠

تشير بيانات جدول (٢) إلى أنه تم حساب معامل الارتباط بين درجة كل بند مع الدرجة الكلية للمقياس الفرعى لها بعد استبعاد قيمة هذا البند من الدرجة الكلية فجاءت قيم معاملات الارتباط الناتجة دالة عند مستوى ٠,٠١ مما يشير إلى اتساق المقاييس الفرعية وصدق محتواها فى قياس ما وضعت لقياسه.

ثانياً: ثبات المقياس :

يقصد بثبات المقياس عادة أن يكون علي درجة عالية من الدقة والإتقان والاتساق فيما تزودنا به من بيانات عن سلوك المفحوص (فؤاد أبوحطوب، سيد عثمان، ١٩٧٣، ٧٧٠)، والاختبار النفسى الثابت هو الذي يعطي نفس النتائج (تقريباً) إذا طبق علي نفس الأشخاص في فرصتين مختلفتين، وقد تم

حساب معامل ثبات مقياس العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم على عينة قوامها (٤٠) مفردة من تلاميذ المرحلة الابتدائية، وذلك بعدة طرق مختلفة، ومن الطرق التي تستخدم لحساب ثبات المقاييس.

أ- طريقة إعادة التطبيق

تم تطبيق المقياس على عينة مكونة من ٤٠ مفردة من تلاميذ المرحلة الإعدادية ثم أعيد تطبيقه مرة أخرى على المجموعة نفسها بعد فاصل زمني قدره ثلاثة أسابيع، ثم قامت الباحثة بحساب معامل الثبات بين درجات المبحوثين في التطبيقين الأول والثاني. وقد أشارت معاملات الارتباط إلى الاتفاق بين الإجابات على كل بعد من أبعاد المقياس بين التطبيق الأول والثاني بنسبة بلغت ٠,٨٥٧. ويتضح ذلك من جدول (٣):

جدول (٣)

معامل ثبات الوعي باختيار ملابس الأطفال وأبعاده المختلفة

م	البعد	عدد العبارات	معامل الثبات	مستوى الدلالة
١	محور التزيين	٨	٠,٧٤٣	دالة عند ٠,٠١
٢	محور جذب الانتباه	٨	٠,٨٦٨	دالة عند ٠,٠١
٣	محور الموضة	٨	٠,٨٧٢	دالة عند ٠,٠١
٤	محور الاحتشام	٨	٠,٨٥٤	دالة عند ٠,٠١
٥	محور التكيف مع الآخرين	٨	٠,٩٠٢	دالة عند ٠,٠١
٦	محور تناسق الألوان	٨	٠,٧٦٨	دالة عند ٠,٠١
٧	محور التصميم	٨	٠,٨٤٢	دالة عند ٠,٠١
	الدرجة الكلية	٥٦	٠,٨٥٧	دالة عند ٠,٠١

يتضح من جدول (٣) مدى تقارب نسبة الثبات بين الأبعاد المختلفة، كما يتضح أن معاملات ثبات الأبعاد المختلفة قد تراوحت ما بين (٠,٧٤٣ - ٠,٩٠٢) وهي معاملات ثبات دالة عند مستوى ٠,٠١، كما يبين أن معامل ثبات الدرجة الكلية للمقياس قد بلغ ٠,٨٥٧ وهي نسبة توجي بالثقة في صلاحية المقياس للاستخدام.

ب- طريقة التجزئة النصفية (S.H):

كما قامت الباحثة بحساب معامل ثبات كل محور من محاور مقياس العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم، وحساب معامل ارتباط الأبعاد المكونة للمقياس مع بعضها وكذلك حساب معامل ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية للمقياس وفقا لطريقة التجزئة النصفية لجتمان ومعامل سبيرمان وبراون.

جدول رقم (٤)

معامل ثبات مقياس اختيار ملابس الأطفال وأبعاده وفقاً (التجزئة النصفية لجتمان- سبيرمان وبراون).

م	مهارات التواصل التعليمي	معامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان	معامل ارتباط سبيرمان - براون
١	محور التزيين	٠,٨٩٨	٠,٨٩٠
٢	محور جذب الانتباه	٠,٨٨٢	٠,٧١١
٣	محور الموضة	٠,٧٨٥	٠,٧٦٥
٤	محور الاحتشام	٠,٨٦٧	٠,٨٧٦
٥	محور التكيف مع الآخرين	٠,٦٩٨	٠,٨٠٢
٦	محور تناسق الألوان	٠,٧٤٣	٠,٨٥٤
٧	محور التصميم	٠,٦٩٩	٠,٧١٢
⊕	معامل ارتباط الأبعاد مع بعضها	٠,٨٦٨	٠,٨٧٢
⊕	ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية	٠,٧٩٨	٠,٨١٤

يتضح من جدول (٤) أن محاور مقياس العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم حققت معاملات ثبات علي درجة معقولة ومقبولة علمياً، حيث تراوحت معاملات ثبات الأبعاد وفقاً لمعامل التجزئة النصفية لجتمان ما بين ٠,٦٩٨ - ٠,٨٩٨، بينما تراوح معامل ثبات المحاور وفقاً لمعامل ارتباط سبيرمان وبراون ما بين ٠,٧١١ - ٠,٨٩٠، وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط المحاور مع بعضها فقد كانت ٠,٨٦٨ وفقاً لمعامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، بينما كانت وفقاً لمعامل سبيرمان - براون ٠,٨٧٢، وهي معاملات ثبات عالية وتدل علي ثبات المحاور، وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط المحاور مع الدرجة الكلية للاستبيان فقد كانت ٠,٧٩٨ وفقاً لمعاملات ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، وبلغت ٠,٨١٤ وفقاً لمعامل سبيرمان وبراون وهي معاملات ثبات عالية وتشير إلي ثبات المقياس وصلاحيته للاستخدام.

المعالجة الإحصائية للبيانات :

لاستخراج نتائج البحث قامت الباحثة باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) حيث استخدمت بعض الأساليب الإحصائية التي تتلاءم وطبيعة البيانات المطلوبة مثل:

١ - حساب اختبار " ت " t-test للمجموعات المنفصلة للتأكد من دلالة الفروق الإحصائية بين مجموعات الدراسة.

وتم حساب المتوسط الاعتراري لعبارات كل محور وفقاً للمعادلة التالية:

$$\bar{x} = \frac{\text{مجموع درجات تصحيح الاستبيان}}{\text{عدد الأوزان}} = \frac{(1 + 2 + 3)}{(3)}$$

٢- استخدام معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation للتحقق من صدق الاتساق الداخلى للمقياس.

٣- معامل ألفا كرونباخ للتأكد من ثبات المقياس.

٤- تم حساب الوزن المئوى لكل عبارة وكذلك الوزن المئوى للمحور ككل وفقاً للمعادلة التالية:

$$\text{الوزن المئوى} = \frac{\text{المتوسط الحسابى}}{\text{أكبر استجابة وهى (٣)}}$$

٥- تم حساب درجة تقدير مهارة التواصل وفقاً لقيمة المتوسط الحسابى على النحو التالى:

- إذا كان المتوسط الحسابى من ١ إلى أقل من ١.٦٦ تكون درجة الوعى منخفضة.
- إذا كان المتوسط الحسابى من ١.٦٧ إلى أقل من ٢.٣٣ تكون درجة الوعى متوسطة.
- إذا كان المتوسط الحسابى من ٢.٣٤ إلى ٣ تكون درجة الوعى مرتفعة.

نتائج البحث وتفسيرها:

اعتمدت الباحثة المتوسط الفرضي (٢) ووزنه المئوي (٦٧.٠)، وذلك وفقاً للمعادلة التى تم ذكرها سابقاً ، وبالتالي إذا كانت درجة المتوسط الحسابى والوزن المئوى للمحور ككل أقل من المتوسط الفرضى ووزنه المئوى فيكون المحور فى حاجة إلى تعديل.

أولاً- فيما يتعلق بالمحاور كلية لمستوى استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم:

جدول (٥)

يوضح قيمة المتوسط الحسابى والانحراف المعيارى والوزن المئوى والترتيب ومستوى استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم فيما يتعلق بالمحاور كلية

مستوى الاتجاه	الترتيب	الوزن المئوى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	محاور المقياس
مرتفع	٣	٨١,٦٤	٠,٦٣	٢,٤٥	محور التزيين
مرتفع	١	٨٤,٩٢	٠,٦٠	٢,٥٥	محور جذب الانتباه
مرتفع	٥	٧٩,٤٩	٠,٦٣	٢,٣٨	محور مسابقة الموضة
مرتفع	٦	٧٩,٢٩	٠,٦١	٢,٣٨	محور الاحتماس
مرتفع	٢	٨٢,٢٤	٠,٥٩	٢,٤٧	محور التكيف مع الآخرين
مرتفع	٤	٨٠,٨٨	٠,٦٢	٢,٤٣	محور تناسق الألوان
مرتفع	٧	٧٨,٩٣	٠,٦٤	٢,٣٧	محور التصميم
مرتفع	-	٨١,٠٦	٠,٦٢	٢,٤٣	إجمالى المقياس

يتضح من جدول (٥) ترتيب مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم فيما يتعلق بالمحاور كلية، حيث كان مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم فيما يتعلق بالمحاور كلية (مرتفع) وتتنحصر بين فئة التقدير (٢.٣٤ - ٣.٠٠)، حيث بلغ المتوسط الحسابي للمجالات كلية ٢.٤٣ وانحراف معياري ٠.٦٢، ووزن مئوي مقداره ٨١.٠٦، وتراوح الوسط الحسابي لاستجابات المبحوثين من المرحلة الابتدائية على محاور المقياس بين (٢.٣٧ - ٢.٥٥)، وكان محور جذب الانتباه في الترتيب الأول بالنسبة لمستوى الوعي باختيار الملابس، حيث جاءت بمتوسط حسابي بلغ ٢.٥٥ وانحراف معياري ٠.٦٠ ووزن نسبي قيمته ٨٤.٩٢ حيث كان مستوى وعي المبحوثين نحو جذب الانتباه مرتفع، وجاء محور التكيف مع الآخرين في الترتيب الثاني بالنسبة لمستوى الوعي باختيار الملابس، حيث جاء بمتوسط حسابي بلغ ٢.٤٧ وانحراف معياري ٠.٥٩ ووزن نسبي قيمته ٨٢.٢٤ حيث كانت مستوى وعي المبحوثين نحو التكيف مع الآخرين مرتفع، وجاء محور التزيين في الترتيب الثالث بالنسبة لمستوى الوعي باختيار الملابس، حيث جاءت بمتوسط حسابي بلغ ٢.٤٥ وانحراف معياري ٠.٦٣ ووزن نسبي قيمته ٨١.٦٤ حيث كان مستوى وعي المبحوثين نحو التزيين مرتفع، وجاء محور تناسق الألوان في الترتيب الرابع بالنسبة لمستوى الوعي باختيار الملابس، حيث جاءت بمتوسط حسابي بلغ ٢.٤٣ وانحراف معياري ٠.٦٢ ووزن نسبي قيمته ٨٠.٨٨ حيث كان مستوى وعي المبحوثين نحو تناسق الألوان مرتفع، وجاء محور مسابقة الموضة في الترتيب الخامس بالنسبة لمستوى الوعي باختيار الملابس، حيث جاءت بمتوسط حسابي بلغ ٢.٣٨ وانحراف معياري ٠.٦٣ ووزن نسبي قيمته ٧٩.٤٩ حيث كان مستوى وعي المبحوثين نحو مسابقة الموضة مرتفع، وجاء محور الاحتشام في الترتيب السادس بالنسبة لمستوى الوعي باختيار الملابس، حيث جاءت بمتوسط حسابي بلغ ٢.٣٨ وانحراف معياري ٠.٦١ ووزن نسبي قيمته ٧٩.٢٩ حيث كان مستوى وعي المبحوثين نحو الاحتشام مرتفع، وجاء محور التصميم في الترتيب السابع بالنسبة لمستوى الوعي باختيار الملابس، حيث جاءت بمتوسط حسابي بلغ ٢.٣٧ وانحراف معياري ٠.٦٤ ووزن نسبي قيمته ٧٨.٩٣ حيث كان مستوى وعي المبحوثين نحو التصميم مرتفع.

ثانياً- فيما يتعلق بعبارات كل مجال:

١- فيما يتعلق بمحور التزيين:

يبين الجدول التالي قيمة "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية والمتوسط الاعتيادي لدرجة استجابات مفردات عينة الدراسة من طلاب المرحلة الإعدادية على مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم فيما يتعلق بمحور التزيين.

جدول (٦)

يوضح قيمة "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية والمتوسط الاعتباري لمستوى استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم فيما يتعلق بمحور التزيين

بنود المحور	بدرجة كبية	بدرجة متوسطة	بدرجة قليلة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة	الوزن النسبي	الترتيب	مستوى الإدراك
تساعدني مواقع التواصل الاجتماعي في اختيار ملابس متوافقة مع قوامي	١٦٤	١٢٥	١١	٢,٥١	٠,٥٧	١٥,٥١	دالة عند ٠,٠٠١	٨٢,٦٧	٢	مرتفع
استطيع من خلال مواقع التواصل التنسيق بين الملابس ومكملاتها	١٥٠	١٤٢	٨	٢,٤٧	٠,٥٥	١٤,٨٨	دالة عند ٠,٠٠١	٨٢,٤٤	٤	مرتفع
مواقع التواصل الاجتماعي تساعدني في اختيار الملابس التي تظهر قوامي أكثر رشاقة	١٩٥	٩٠	١٥	٢,٦٠	٠,٥٨	١٧,٧٩	دالة عند ٠,٠٠١	٨٦,٦٧	١	مرتفع
تساعدني في اختيار ملابس لا تتعارض مع عاداتي الملبسية	١٦٢	١٢١	١٦	٢,٤٩	٠,٦٠	١٤,١٩	دالة عند ٠,٠٠١	٨٢,٠٠	٣	مرتفع
مواقع التواصل الاجتماعي تساعدني على ارتداء ملابس تزيد من زينتي المقبولة	١٥٩	١٠٦	٣٥	٢,٤١	٠,٦٩	١٠,٣٦	دالة عند ٠,٠٠١	٨٠,٤٤	٥	مرتفع
تساعدني مواقع التواصل في اختيار المكملات الملبسية التي تزين ملبسي	١٤٧	١٢٦	٢٧	٢,٤٠	٠,٦٥	١٠,٦٧	دالة عند ٠,٠٠١	٨٠,٠٠	٦	مرتفع
أشعر أن استخدامي لمواقع التواصل يساعدني على اختيار ملابس تشعرني بأناقتي	١٣٨	١٢٤	٣٨	٢,٣٣	٠,٦٩	٨,٣٦	دالة عند ٠,٠٠١	٧٧,٧٨	٨	متوسط
أدركت من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أن الإفراط في تزيين الملابس غير مقبول اجتماعياً	١٤٩	١١٤	٣٧	٢,٣٧	٠,٦٩	٩,٣١	دالة عند ٠,٠٠١	٧٩,١١	٧	مرتفع
المحور ككل	ن=٣٠٠			٢,٤٥	٠,٦٢	التوسط الاعتياري = ٢		٨١,٦٤	-	مرتفع

يتضح من جدول (٦) أن مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم فيما يتعلق بمحور التزيين (مرتفع)، بينما حصلت عبارات هذا المحور على درجة تقدير تراوحت بين مرتفعة ومتوسطة، وكانت أعلى هذه العبارات ترتيباً هي عبارة "مواقع التواصل الاجتماعي تساعدني في اختيار الملابس التي تظهر"

قوامى أكثر رشاقة " حيث حصلت على مستوى وعى مرتفع بمتوسط حسابى ٢,٦٠ وانحراف معيارى ٠,٥٨، وهو ما يؤكد قيمة الوزن النسبى التى بلغت ٨٦,٦٧، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٠١ بين المتوسط الحسابى لهذه العبارة والمتوسط الاعتبارى لصالح المتوسط الحسابى حيث بلغت قيمة "ت" ١٧,٧٩، وجاء فى الترتيب التالى بمستوى وعى مرتفع أيضا عبارة " تساعدنى مواقع التواصل الاجتماعى فى اختيار ملابس متوافقة مع قوامى " بمتوسط حسابى ٢,٥١ وانحراف معيارى ٠,٥٧، وهو ما يؤكد قيمة الوزن النسبى التى بلغت ٨٣,٦٧، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٠١ بين المتوسط الحسابى لهذه العبارة والمتوسط الاعتبارى لصالح المتوسط الحسابى، حيث بلغت قيمة "ت" ١٥,٥١، وجاء فى الترتيب الثالث بمستوى وعى مرتفع أيضا عبارة " تساعدنى فى اختيار ملابس لا تتعارض مع عاداتى الملبسية " بمتوسط حسابى ٢,٤٩ وانحراف معيارى ٠,٦٠ وهو ما يؤكد قيمة الوزن النسبى التى بلغت ٨٣,٠٠، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٠١ بين المتوسط الحسابى لهذه العبارة والمتوسط الاعتبارى لصالح المتوسط الحسابى، حيث بلغت قيمة "ت" ٨,٧٥، وجاءت عبارة " أشعر أن استخدامى لمواقع التواصل يساعدنى على اختيار ملابس تشعرنى بأناقتى " فى الترتيب الأخير بمستوى وعى متوسط بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢,٣٣ وانحراف معيارى ٠,٦٩ وهو ما يؤكد قيمة الوزن النسبى التى بلغت ٧٧,٧٨، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٠١ بين المتوسط الحسابى لهذه العبارة والمتوسط الاعتبارى لصالح المتوسط الحسابى، حيث بلغت قيمة "ت" ٨,٣٦.

كما يتضح أن المتوسط الحسابى لإجابات أفراد عينة المبحوثات عن المحور الأول من الوعى باختيار الملابس (التزين) للفقرات قد تراوح بين (٢,٣٣ - ٢,٦٠) كما تراوح الوزن النسبى للفقرات بين (٧٧,٧٨ - ٨٦,٦٧)، بينما كان المتوسط الفرضى المرجح للمحور ككل (٢,٤٥) وبيوزن نسبى قدره (٨١,٦٤) ويتضح من ذلك أن درجة محور التزين أكبر من المتوسط الحسابى الفرضى الذى كان (٢) وبيوزن نسبى (٦٧,٠) وهو ما يبين أن هذا المحور (التزين) يحظى بمستوى مرتفع من الوعى باختيار الملابس لدى طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة، وهو ما يدل على ارتفاع مستوى وعى طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة بالتزين كأحد أبعاد الوعى باختيار الملابس نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعى.

٢- فيما يتعلق بمحور جذب الانتباه:

يبين الجدول التالى قيمة "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية والمتوسط الاعتبارى لدرجة استجابات مفردات عينة الدراسة من طلاب المرحلة الإعدادية على مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعى وعلاقته بتنمية وعى أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة فى اختيار ملابسهم فيما يتعلق بمحور جذب الانتباه.

جدول (٧)

يوضح قيمة "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية والمتوسط الاعتباري لمستوى استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم فيما يتعلق بمحور جذب الانتباه

بنود المحور	درجة كبية	درجة متوسطة	درجة قليلة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة دلالة	مستوى الدلالة النسبي	الترتيب	مستوى الإدراك
تساعدني مواقع التواصل في اختيار الملابس التي تبرز أناقتي	١٥٣	١٢٠	٢٧	٢,٤٢	٠,٦٥	١١,١٦	دالة عند ٠,٠٠١	٦	مرتفع
تساعدني في اختيار الملابس الغالية لأكون متميز	١٧٧	٩٣	٣٠	٢,٤٩	٠,٦٧	١٢,٦٣	دالة عند ٠,٠٠١	٥	مرتفع
تساعدني مواقع التواصل في اختيار الملابس التي تلفت نظر أصدقائي	١٨٣	١٠٥	١٢	٢,٥٧	٠,٥٧	١٧,٢٩	دالة عند ٠,٠٠١	٤	مرتفع
من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أستطيع اختيار الملابس التي تتسم بتصميمات متميزة	١٩٥	١٠٢	٣	٢,٦٤	٠,٥٠	٢٢,١٢	دالة عند ٠,٠٠١	١	مرتفع
أميل إلى اختيار الملابس ذات الألوان المبهجة	١٨٦	٩٩	١٥	٢,٥٧	٠,٥٩	١٦,٧٨	دالة عند ٠,٠٠١	٤	مرتفع
تساعدني في اختيار الملابس التي أرى أنها تعجب من حولي	١٨٩	٩٦	١٥	٢,٥٨	٠,٥٩	١٧,١١	دالة عند ٠,٠٠١	٣	مرتفع
تساعدني في الابتعاد عن الملابس التي لا تتناسب مع جسمي	٢٠٤	٧٨	١٨	٢,٦٢	٠,٦٠	١٧,٩٨	دالة عند ٠,٠٠١	٢	مرتفع
ابتعد عن الملابس التي يكون عليها رسومات غريبة	١٦٢	١٢٣	١٥	٢,٤٩	٠,٥٩	١٤,٢٢	دالة عند ٠,٠٠١	٥	مرتفع
المحور ككل	ن=٣٠٠			٢,٥٥	٠,٦٠	المتوسط الاعتباري = ٢	٨٤,٩٢	-	مرتفع

يتضح من جدول (٧) أن مستوى استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم فيما يتعلق بمحور جذب الانتباه (مرتفع)، بينما حصلت عبارات هذا المحور على درجة تقدير تراوحت بين مرتفعة، وكانت أعلى هذه العبارات ترتيباً هي عبارة "من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أستطيع اختيار الملابس التي تتسم

بتصميمات متميزة " حيث حصلت على مستوى وعى مرتفع بمتوسط حسابى ٢,٦٤ وانحراف معيارى ٠,٥٠، وهو ما يؤكد قيمة الوزن النسبى التى بلغت ٨٨,٠٠، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٠١ بين المتوسط الحسابى لهذه العبارة والمتوسط الاعتبارى لصالح المتوسط الحسابى حيث بلغت قيمة "ت" ٢٢,١٢، وجاء فى الترتيب التالى بمستوى وعى مرتفع أيضاً عبارة " تساعدنى فى الابتعاد عن الملابس التى لا تتناسب مع جسمى " بمتوسط حسابى ٢,٦٢ وانحراف معيارى ٠,٦٠ وهو ما يؤكد قيمة الوزن النسبى التى بلغت ٨٧,٣٣، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٠١ بين المتوسط الحسابى لهذه العبارة والمتوسط الاعتبارى لصالح المتوسط الحسابى، حيث بلغت قيمة "ت" ١٧,٩٨، وجاء فى الترتيب الثالث بمستوى وعى مرتفع أيضاً عبارة " تساعدنى فى اختيار الملابس التى أرى أنها تعجب من حولي " بمتوسط حسابى ٢,٥٨ وانحراف معيارى ٠,٥٩ وهو ما يؤكد قيمة الوزن النسبى التى بلغت ٨٦,٠٠، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٠١ بين المتوسط الحسابى لهذه العبارة والمتوسط الاعتبارى لصالح المتوسط الحسابى، حيث بلغت قيمة "ت" ١٧,١١، وجاءت عبارة " تساعدنى مواقع التواصل فى اختيار الملابس التى تبرز أناقتي " فى الترتيب الأخير بمستوى وعى مرتفع بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢,٤٢ وانحراف معيارى ٠,٦٥ وهو ما يؤكد قيمة الوزن النسبى التى بلغت ٨٠,٦٧، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٠١ بين المتوسط الحسابى لهذه العبارة والمتوسط الاعتبارى لصالح المتوسط الحسابى، حيث بلغت قيمة "ت" ١١,١٦.

كما يتضح أن المتوسط الحسابى لإجابات أفراد عينة المبحوثات عن المحور الثانى من الوعى باختيار الملابس (جذب الانتباه) للفقرات قد تراوح بين (٢,٤٢ - ٢,٦٤) كما تراوح الوزن النسبى للفقرات بين (٨٠,٦٧ - ٨٨,٠٠)، بينما كان المتوسط الفرضى المرجح للمحور ككل (٢,٥٥) ويوزن نسبى قدره (٨٤,٩٢) ويتضح من ذلك أن درجة محور جذب الانتباه أكبر من المتوسط الحسابى الفرضى الذى كان (٢) ويوزن نسبى (٦٧,٠) وهو ما يبين أن هذا المحور (جذب الانتباه) يحظى بمستوى مرتفع من الوعى باختيار الملابس لدى طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة، وهو ما يدل على ارتفاع مستوى وعى طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة بجذب الانتباه كأحد أبعاد الوعى باختيار الملابس نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعى.

٣- فيما يتعلق بمحور مسابقة الموضة:

يبين الجدول التالى قيمة "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية والمتوسط الاعتبارى لدرجة استجابات مفردات عينة الدراسة من طلاب المرحلة الابتدائية على مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعى وعلاقته بتنمية وعى أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة فى اختيار ملابسهم فيما يتعلق بمحور مسابقة الموضة.

جدول (أ)

يوضح قيمة "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية والمتوسط الاعتباري لمستوى استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم فيما يتعلق بمحور مسابرة الموضة

بنود المحور	بدرجة كبية	بدرجة متوسطة	بدرجة قليلة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة تله تله	مستوى الدلالة	الوزن النسبي	الترتيب	مستوى الإدراك
من خلال مواقع التواصل استطيع اختيار الملابس التي تسابير خطوط الموضة	١٥٦	١١٥	٢٩	٢,٤٢	٠,٦٦	١١,٠٧	دالة عند ٠,٠٠١	٨٠,٧٨	٤	مرتفع
استخدم مواقع التواصل لاختيار الملابس التي تسابير الموضة بغض النظر عن ملائمتها لي	١٢٤	١٣١	٤٥	٢,٢٦	٠,٧٠	٦,٤٨	دالة عند ٠,٠١	٧٥,٤٤	٧	متوسط
تساعدني في تنمية ذوقي في الابتعاد عن الأشكال غير المألوفة	١٢٧	١٤٧	٢٦	٢,٣٤	٠,٦٢	٩,٢٤	دالة عند ٠,٠٠١	٧٧,٨٩	٦	مرتفع
استخدام مواقع التواصل الإجتماعي يساعدني في اختيار من الموضة الألوان التي تناسب بشرتي	١١٦	١٤٥	٢٩	٢,٢٦	٠,٦٧	٦,٦١	دالة عند ٠,٠١	٧٥,٢٢	٨	متوسط
استخدام مواقع التواصل الإجتماعي يساعدني في اختيار من الموضة الخطوط التي تناسب قوامي	١٣٧	١٣١	٢٢	٢,٣٥	٠,٦٧	٩,١٢	دالة عند ٠,٠٠١	٧٨,٣٣	٥	مرتفع
تساعدني مواقع التواصل الإجتماعي في إتباع الطرق الجديدة لارتداء المكملات	١٥٧	١٢٨	١٥	٢,٤٧	٠,٥٩	١٣,٨٥	دالة عند ٠,٠٠١	٨٢,٤٤	٣	مرتفع
مواقع التواصل الإجتماعي تساعدني في متابعة خطوط الموضة	١٥٣	١٣٨	٩	٢,٤٨	٠,٥٦	١٤,٩٢	دالة عند ٠,٠٠١	٨٢,٦٧	٢	مرتفع
مواقع التواصل الإجتماعي تساعدني في اختيار خطوط الموضة التي تتفق مع المجتمع	١٥٦	١٣٦	٨	٢,٤٩	٠,٥٥	١٥,٤٩	دالة عند ٠,٠٠١	٨٣,١١	١	مرتفع
المحور ككل	ن=٣٠٠			٢,٢٨	٠,٦٢	المتوسط الاعتباري = ٢		٧٩,٤٩	-	مرتفع

يتضح من جدول (أ) أن مستوى استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم فيما يتعلق بمحور مسابرة الموضة (مرتفع)، بينما حصلت عبارات هذا المحور على درجة تقدير تراوحت بين مرتفعة ومتوسطة، وكانت أعلى هذه العبارات ترتيباً هي عبارة "مواقع التواصل الاجتماعي تساعدني في اختيار خطوط الموضة التي تتفق مع المجتمع" حيث حصلت على مستوى وعي مرتفع بمتوسط حسابي ٢,٤٩ وانحراف معياري ٠,٥٥، وهو ما يؤكد قيمة الوزن النسبي التي بلغت ٨٣,١١، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند

مستوى ٠,٠٠١ بين المتوسط الحسابى لهذه العبارة والمتوسط الاعتبارى لصالح المتوسط الحسابى حيث بلغت قيمة "ت" ١٥,٤٩، وجاء فى الترتيب التالى بمستوى وعى مرتفع أيضاً عبارة " مواقع التواصل الاجتماعى تساعدنى فى متابعة خطوط الموضة " بمتوسط حسابى ٢,٤٨ وانحراف معيارى ٠,٥٦ وهو ما يؤكده قيمة الوزن النسبى التى بلغت ٨٢,٦٧ ، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٠١ بين المتوسط الحسابى لهذه العبارة والمتوسط الاعتبارى لصالح المتوسط الحسابى، حيث بلغت قيمة "ت" ١٤,٩٢، وجاء فى الترتيب الثالث بمستوى وعى مرتفع أيضاً عبارة " تساعدنى مواقع التواصل الاجتماعى فى إتباع الطرق الجديدة لارتداء المكملات " بمتوسط حسابى ٢,٤٧ وانحراف معيارى ٠,٥٩ وهو ما يؤكده قيمة الوزن النسبى التى بلغت ٨٢,٤٤ ، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٠١ بين المتوسط الحسابى لهذه العبارة والمتوسط الاعتبارى لصالح المتوسط الحسابى، حيث بلغت قيمة "ت" ١٣,٨٥، وجاءت عبارة " استخدام مواقع التواصل الاجتماعى يساعدنى فى اختيار من الموضة الألوان التى تناسب بشرتى " فى الترتيب الأخير بمستوى وعى متوسط بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢,٢٧ وانحراف معيارى ٠,٦٧ وهو ما يؤكده قيمة الوزن النسبى التى بلغت ٧٥,٢٢، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٠١ بين المتوسط الحسابى لهذه العبارة والمتوسط الاعتبارى لصالح المتوسط الحسابى، حيث بلغت قيمة "ت" ٦,٦١ .

كما يتضح أن المتوسط الحسابى لإجابات أفراد عينة المبحوثات عن المحور الثالث من الوعى باختيار الملابس (مسايرة الموضة) للفقرات قد تراوح بين (٢,٢٧ - ٢,٤٩) كما تراوح الوزن النسبى للفقرات بين (٧٥,٢٢ - ٨٣,١١)، بينما كان المتوسط الفرضى المرجح للمحور ككل (٢,٣٨) ويوزن نسبى قدره (٧٩,٤٩) ويتضح من ذلك أن درجة محور مسايرة الموضة أكبر من المتوسط الحسابى الفرضى الذى كان (٢) ويوزن نسبى (٦٧,٠) وهو ما يبين أن هذا المحور (مسايرة الموضة) يحظى بمستوى مرتفع من الوعى باختيار الملابس لدى طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة، وهو ما يدل على ارتفاع مستوى وعى طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة بمسايرة الموضة كأحد أبعاد الوعى باختيار الملابس نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعى.

٤- فيما يتعلق بمحور الاحتشام:

يبين الجدول التالى قيمة "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية والمتوسط الاعتبارى لدرجة استجابات مفردات عينة الدراسة من طلاب المرحلة الإعدادية على مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعى وعلاقته بتنمية وعى أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة فى اختيار ملابسهم فيما يتعلق بمحور الاحتشام.

جدول (٩)

يوضح قيمة "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية والمتوسط الاعتباري لمستوى استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم فيما يتعلق بمحور الاحتشام

بنود المحور	بدرجة كية	بدرجة متوسطة	بدرجة قليلة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة	الوزن النسبي	الترتيب	مستوى الإدراك
أستطيع من خلال استخدام مواقع التواصل اختيار الملابس التي لا تتعارض مع قيمنا الدينية	١٥٨	١١١	٣١	٢,٤٢	٠,٦٧	١٠,٩٠	دالة عند ٠,٠٠١	٨٠,٧٨	٣	مرتفع
تساعدني مواقع التواصل الاجتماعي في اختيار الملابس التي تجعلني أكثر وقارا	١١٢	١٧١	٢٧	٢,٢٨	٠,٦٢	٧,٩٢	دالة عند ٠,٠١	٧٦,١١	٧	متوسط
تساعدني مواقع التواصل الاجتماعي في اختيار الملابس التي تناسب مع تفاصيل جسمي	١١٠	١٥٢	٣٨	٢,٢٤	٠,٦٦	٦,٢٩	دالة عند ٠,٠١	٧٤,٦٧	٨	متوسط
تساعدني مواقع التواصل الاجتماعي في اختيار الملابس الأكثر احتشاماً	١٣٠	١٥٣	١٧	٢,٣٨	٠,٥٩	١١,٠٤	دالة عند ٠,٠٠١	٧٩,٢٢	٥	مرتفع
استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي يساعدني في اختيار الملابس التي تناسب قوامي	١١٨	١٦٣	١٩	٢,٣٣	٠,٥٩	٩,٦٨	دالة عند ٠,٠٠١	٧٧,٦٧	٦	متوسط
تساعدني في اختيار موديلات متنوعة من الملابس	١٥٢	١٣٤	١٤	٢,٤٦	٠,٥٩	١٣,٦١	دالة عند ٠,٠٠١	٨٢,٠٠	٢	مرتفع
تساعدني مواقع التواصل الاجتماعي في الابتعاد عن الموضة التي لا تناسبني	١٤١	١٤٢	١٧	٢,٤١	٠,٦٠	١١,٩٨	دالة عند ٠,٠٠١	٨٠,٤٤	٤	مرتفع
تساعدني مواقع التواصل الاجتماعي في اختيار الملابس التي تناسب المرحلة التعليمية	١٦٢	١٢٧	١١	٢,٥٠	٠,٥٧	١٥,٣١	دالة عند ٠,٠٠١	٨٣,٤٤	١	مرتفع
المحور ككل	ن=٣٠٠			٢,٣٨	٠,٦١	المتوسط الاعتباري = ٢		٧٩,٢٩	-	مرتفع

يتضح من جدول (٩) أن مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم فيما يتعلق بمحور الاحتشام (مرتفع)، بينما حصلت عبارات هذا المحور على درجة تقدير تراوحت بين مرتفعة ومتوسطة، وكانت أعلى هذه العبارات ترتيباً هي عبارة "تساعدني مواقع التواصل الاجتماعي في اختيار الملابس التي تناسب المرحلة التعليمية" حيث حصلت على مستوى وعي مرتفع بمتوسط حسابي ٢,٥٠ وانحراف معياري

٠,٥٧، وهو ما يؤكد قيمة الوزن النسبي التي بلغت ٨٣,٤٤، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٠١ بين المتوسط الحسابي لهذه العبارة والمتوسط الاعتراري لصالح المتوسط الحسابي حيث بلغت قيمة "ت" ١٥,٣١، وجاء في الترتيب التالي بمستوى وعى مرتفع أيضاً عبارة "تساعدنى فى اختيار موديلات متنوعة من الملابس" بمتوسط حسابى ٢,٤٦ وانحراف معيارى ٠,٥٩ وهو ما يؤكد قيمة الوزن النسبي التي بلغت ٨٢,٠٠، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٠١ بين المتوسط الحسابي لهذه العبارة والمتوسط الاعتراري لصالح المتوسط الحسابي، حيث بلغت قيمة "ت" ١٣,٦١، وجاء في الترتيب الثالث بمستوى وعى مرتفع أيضاً عبارة "أستطيع من خلال استخدام مواقع التواصل اختيار الملابس التي لا تتعارض مع قيمنا الدينية" بمتوسط حسابى ٢,٤٢ وانحراف معيارى ٠,٦٧ وهو ما يؤكد قيمة الوزن النسبي التي بلغت ٨٠,٧٨، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٠١ بين المتوسط الحسابي لهذه العبارة والمتوسط الاعتراري لصالح المتوسط الحسابي، حيث بلغت قيمة "ت" ١٠,٩٠، وجاءت عبارة "تساعدنى مواقع التواصل الاجتماعى فى اختيار الملابس التي تتناسب مع تفاصيل جسمى" فى الترتيب الأخير بمستوى وعى متوسط بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢,٢٤ وانحراف معيارى ٠,٦٦ وهو ما يؤكد قيمة الوزن النسبي التي بلغت ٧٤,٦٧، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٠١ بين المتوسط الحسابي لهذه العبارة والمتوسط الاعتراري لصالح المتوسط الحسابي، حيث بلغت قيمة "ت" ٦,٢٩.

كما يتضح أن المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة المبحوثات عن المحور الرابع من الوعى باختيار الملابس (الاحتشام) للفقرات قد تراوح بين (٢,٢٤ - ٢,٥٠) كما تراوح الوزن النسبي للفقرات بين (٧٤,٦٧ - ٨٣,٤٤)، بينما كان المتوسط الفرضي المرجح للمحور ككل (٢,٣٨) ويوزن نسبي قدره (٧٩,٢٩) ويتضح من ذلك أن درجة محور الاحتشام أكبر من المتوسط الحسابي الفرضي الذي كان (٢) ويوزن نسبي (٦٧,٠) وهو ما يبين أن هذا المحور (الاحتشام) يحظى بمستوى مرتفع من الوعى باختيار الملابس لدى طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة، وهو ما يدل على ارتفاع مستوى وعى طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة بالاحتشام كأحد أبعاد الوعى باختيار الملابس نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعى.

٥- فيما يتعلق بمحور التكيف مع الآخرين:

يبين الجدول التالى قيمة "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية والمتوسط الاعتراري لدرجة استجابات مفردات عينة الدراسة من طلاب المرحلة الإعدادية على مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعى وعلاقته بتنمية وعى أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة فى اختيار ملابسهم فيما يتعلق بمحور التكيف مع الآخرين.

جدول (١٠)

يوضح قيمة "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية والمتوسط الاعتبائي لمستوى استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم فيما يتعلق بمحور

التكيف مع الآخرين

مستوى الإدراك	الترتيب	الوزن النسبي	مستوى الدلالة	قيمة ت-الله	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بدرجة قبيلة	بدرجة متوسطة	بدرجة كيبية	بنود المحور
مرتفع	٥	٨١,٤٤	دالة عند ٠,٠٠١	١٣,٢٨	٠,٥٨	٢,٤٤	١٣	١٤١	١٤٦	من خلال مواقع التواصل الاجتماعي استطيع اختيار الملابس التي تميزني عن الآخرين
مرتفع	١	٨٥,٥٦	دالة عند ٠,٠٠١	١٧,٠٠	٠,٥٨	٢,٥٧	١٣	١٠٤	١٨٣	تساعدني مواقع التواصل الاجتماعي مشاركة أصدقائي في اختيار ملابسهم
مرتفع	٢	٨٤,١١	دالة عند ٠,٠٠١	١٦,٢٧	٠,٥٦	٢,٥٢	٩	١٢٥	١٦٦	تساعدني في الحفاظ على مظهري لتجنب نقض الآخرين
مرتفع	٦	٨٠,٨٩	دالة عند ٠,٠٠١	١٢,٢٢	٠,٦٠	٢,٤٢	١٨	١٣٦	١٤٦	استطيع الاهتمام بمظهري الشخصي حرصاً على كسب احترام الآخرين
مرتفع	٤	٨١,٧٨	دالة عند ٠,٠٠١	١٣,٨٣	٠,٥٧	٢,٤٥	١١	١٤٢	١٤٧	أستطيع اختيار ملابس تتفق مع ملابس المجموعة حتى لو كانت لا تلائمني
مرتفع	٧	٨٠,٧٨	دالة عند ٠,٠٠١	١١,٨١	٠,٦٢	٢,٤٢	٢١	١٣١	١٤٨	تساعدني على اختيار ملابس متميزة عن ملابس زملائي
مرتفع	٨	٨٠,٤٤	دالة عند ٠,٠٠١	١١,٦٦	٠,٦١	٢,٤١	٢٠	١٣٦	١٤٤	تساعدني على اختيار ملابس تناسب الوسط الاجتماعي الذي أعيش فيه
مرتفع	٣	٨٢,٨٩	دالة عند ٠,٠٠١	١٤,٣٧	٠,٥٩	٢,٤٩	١٤	١٢٦	١٦٠	تساعدني مواقع التواصل الاجتماعي على الاهتمام بأراء زملائي ومراعاتها
مرتفع	-	٨٢,٢٤	المتوسط الاعتبائي = ٢		٠,٥٩	٢,٤٧		٣٠٠=ن		المحور ككل

يتضح من جدول (١٠) أن مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم فيما يتعلق بمحور التكيف مع الآخرين (مرتفع)، بينما حصلت عبارات هذا المحور على درجة تقدير تراوحت بين مرتفعة، وكانت أعلى هذه العبارات ترتيباً هي عبارة "تساعدني مواقع التواصل الاجتماعي مشاركة أصدقائي في اختيار ملابسهم" حيث حصلت على مستوى وعي مرتفع بمتوسط حسابي ٢,٥٧ وانحراف معياري ٠,٥٨، وهو ما يؤكد قيمة الوزن النسبي التي بلغت ٨٥,٥٦، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٠١ بين المتوسط الحسابي لهذه العبارة والمتوسط الاعتبائي لصالح المتوسط الحسابي حيث بلغت قيمة "ت" ١٧,٠٠، وجاء في الترتيب التالي بمستوى وعي مرتفع أيضاً عبارة "تساعدني في الحفاظ على

مظهري لتجنب نقض الآخرين " بمتوسط حسابى ٢.٥٢ وانحراف معيارى ٠.٥٦ وهو ما يؤكد قيمة الوزن النسبى التى بلغت ٨٤.١١، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٠١ بين المتوسط الحسابى لهذه العبارة والمتوسط الاعتبارى لصالح المتوسط الحسابى، حيث بلغت قيمة "ت" ١٦.٢٧، وجاء فى الترتيب الثالث بمستوى وعى مرتفع أيضا عبارة " تساعدنى مواقع التواصل الاجتماعى على الاهتمام بأراء زملائى ومراعاتها " بمتوسط حسابى ٢.٤٩ وانحراف معيارى ٠.٥٩ وهو ما يؤكد قيمة الوزن النسبى التى بلغت ٨٢.٨٩، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٠١ بين المتوسط الحسابى لهذه العبارة والمتوسط الاعتبارى لصالح المتوسط الحسابى، حيث بلغت قيمة "ت" ١٤.٣٧، وجاءت عبارة " تساعدنى على اختيار ملابس تناسب الوسط الاجتماعى الذى أعيش فيه " فى الترتيب الأخير بمستوى وعى مرتفع بمتوسط حسابى بلغت قيمته ٢.٤١ وانحراف معيارى ٠.٦١ وهو ما يؤكد قيمة الوزن النسبى التى بلغت ٨٠.٤٤، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٠١ بين المتوسط الحسابى لهذه العبارة والمتوسط الاعتبارى لصالح المتوسط الحسابى، حيث بلغت قيمة "ت" ١١.٦٦.

كما يتضح أن المتوسط الحسابى لإجابات أفراد عينة المبحوثات عن المحور الخامس من الوعى باختيار الملابس (التكيف مع الآخرين) للفقرات قد تراوح بين (٢.٤١ - ٢.٥٧) كما تراوح الوزن النسبى للفقرات بين (٨٠.٤٤ - ٨٥.٥٦)، بينما كان المتوسط الفرضى المرجح للمحور ككل (٢.٤٧) وبوزن نسبى قدره (٨٢.٢٤) يتضح من ذلك أن درجة محور التكيف مع الآخرين أكبر من المتوسط الحسابى الفرضى الذى كان (٢) وبوزن نسبى (٦٧.٠) وهو ما يبين أن هذا المحور (التكيف مع الآخرين) يحظى بمستوى مرتفع من الوعى باختيار الملابس لدى طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة، وهو ما يدل على ارتفاع مستوى وعى طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة بالتكيف مع الآخرين كأحد أبعاد الوعى باختيار الملابس نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعى.

٦- فيما يتعلق بمحور تناسق الألوان:

يبين الجدول التالى قيمة "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية والمتوسط الاعتبارى لدرجة استجابات مفردات عينة الدراسة من طلاب المرحلة الإعدادية على مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعى وعلاقته بتنمية وعى أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة فى اختيار ملابسهم فيما يتعلق بمحور تناسق الألوان.

جدول (١١)

يوضح قيمة "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية والمتوسط الاعتباري لمستوى استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم فيما يتعلق بمحور تناسق الألوان

بنود المحور	درجة كيبية	درجة متوسطة	درجة قليلة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة	الوزن النسبي	الترتيب	مستوى الإدراك
استخدامى مواقع التواصل الاجتماعى يجعلنى أهتم بتناسق الألوان فى الملابس	١٥٧	١٢٢	٢١	٢.٤٥	٠.٦٢	١٢.٥٩	دالة عند ٠.٠٠١	٨١.٧٨	٣	مرتفع
استخدامى مواقع التواصل الاجتماعى يساعدنى على اختيار ألوان متناسقة ومتدرجة	١٤٠	١٤١	١٩	٢.٤٠	٠.٦١	١١.٥١	دالة عند ٠.٠٠١	٨٠.١١	٤	مرتفع
استخدامى مواقع التواصل الاجتماعى يساعدنى فى اختيار الألوان اللبسية التى تتناسب مع لون بشرتى	١٥٤	١٣٠	١٦	٢.٤٦	٠.٦٠	١٣.٣٥	دالة عند ٠.٠٠١	٨٢.٠٠	٢	مرتفع
من خلال استخدام مواقع التواصل استطيع اختيار المكملات التى تتناسب مع لون ملبسى	١٤٠	١٢٥	٣٥	٢.٣٥	٠.٦٨	٨.٩٢	دالة عند ٠.٠٠١	٧٨.٣٣	٧	مرتفع
من خلال مواقع التواصل زادت خبرتى فى تدرج الألوان اللبسية	١٣٦	١٤٢	٢٢	٢.٣٨	٠.٦٢	١٠.٦٣	دالة عند ٠.٠٠١	٧٩.٣٣	٦	مرتفع
تساعدنى فى اختيار ألوان الملابس التى تتناسب مع المناسبات المختلفة	١٥٦	١٢٦	١٨	٢.٤٦	٠.٦١	١٣.١٠	دالة عند ٠.٠٠١	٨٢.٠٠	٢	مرتفع
من خلال مواقع التواصل الاجتماعى أصبح لدى خبرة فى اختيار ملابس الفصول المختلفة من العام	١٦٢	١٣٢	٦	٢.٥٢	٠.٥٤	١٦.٧١	دالة عند ٠.٠٠١	٨٤.٠٠	١	مرتفع
تساعدنى مواقع التواصل الاجتماعى على اختيار خطوط اللون التى تناسب قوامى	١٤٣	١٢٩	٢٨	٢.٣٨	٠.٦٥	١٠.١٩	دالة عند ٠.٠٠١	٧٩.٤٤	٥	مرتفع
المحور ككل	ن=٣٠٠			٢.٤٣	٠.٦٢	المتوسط الاعتبارى = ٢		٨٠.٨٨	-	مرتفع

يتضح من جدول (١١) أن مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم فيما يتعلق بمحور تناسق الألوان (مرتفع)، بينما حصلت عبارات هذا المحور على درجة تقدير تراوحت بين مرتفعة، وكانت أعلى هذه العبارات تقريباً هي عبارة " من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أصبح لدى خبرة في اختيار ملابس الفصول المختلفة من العام " حيث حصلت على مستوى وعي مرتفع بمتوسط حسابي ٢.٥٢ وانحراف معياري ٠.٥٤، وهو ما يؤكد قيمة الوزن النسبي التي بلغت ٨٤.٠٠، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٠١ بين المتوسط الحسابي لهذه العبارة والمتوسط الاعتباري لصالح المتوسط الحسابي حيث بلغت قيمة "ت" ١٦.٧١، وجاء في الترتيب التالي بمستوى وعي مرتفع أيضاً عبارة "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يساعدي في اختيار الألوان الملبسية التي تتناسب مع لون بشرتي ، تساعدي في اختيار ألوان الملابس التي تتناسب مع المناسبات المختلفة " بمتوسط حسابي ٢.٤٦ وانحراف معياري ٠.٦١، وهو ما يؤكد قيمة الوزن النسبي التي بلغت ٨٢.٠٠، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٠١ بين المتوسط الحسابي لهذه العبارة والمتوسط الاعتباري لصالح المتوسط الحسابي، حيث بلغت قيمة "ت" ١٣.١٠، وجاء في الترتيب الثالث بمستوى وعي مرتفع أيضاً عبارة " استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يجعلني أهتم بتناسق الألوان في الملابس " بمتوسط حسابي ٢.٤٥ وانحراف معياري ٠.٦٢ وهو ما يؤكد قيمة الوزن النسبي التي بلغت ٨١.٧٨، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٠١ بين المتوسط الحسابي لهذه العبارة والمتوسط الاعتباري لصالح المتوسط الحسابي، حيث بلغت قيمة "ت" ١٢.٥٩، وجاءت عبارة " من خلال استخدام مواقع التواصل تستطيع اختيار المكملات التي تتناسب مع لون ملبسي " في الترتيب الأخير بمستوى وعي مرتفع بمتوسط حسابي بلغت قيمته ٢.٣٥ وانحراف معياري ٠.٦٨ وهو ما يؤكد قيمة الوزن النسبي التي بلغت ٧٨.٣٣، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ بين المتوسط الحسابي لهذه العبارة والمتوسط الاعتباري لصالح المتوسط الحسابي، حيث بلغت قيمة "ت" ٨.٩٢.

كما يتضح أن المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة المبحوثات عن المحور السادس من الوعي باختيار الملابس (تناسق الألوان) للفقرات قد تراوح بين (٢.٣٥ - ٢.٥٢) كما تراوح الوزن النسبي للفقرات بين (٧٨.٣٣ - ٨٤.٠٠)، بينما كان المتوسط الفرضي المرجح للمحور ككل (٢.٤٣) ووزن نسبي قدره (٨٠.٨٨) يتضح من ذلك أن درجة محور تناسق الألوان أكبر من المتوسط الحسابي الفرضي الذي كان (٢) ووزن نسبي (٦٧.٠) وهو ما يبين أن هذا المحور (تناسق الألوان) يحظى بمستوى مرتفع من الوعي باختيار الملابس لدى طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة، وهو ما يدل على ارتفاع مستوى وعي طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة بتناسق الألوان كأحد أبعاد الوعي باختيار الملابس نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

٧- فيما يتعلق بمحور التصميم:

يبين الجدول التالي قيمة "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية والمتوسط الاعتباري لدرجة استجابات مضردات عينة الدراسة من طلاب المرحلة الإبتدائية على مقياس استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم فيما يتعلق بمحور التصميم.

جدول (١٢)

يوضح قيمة "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية والمتوسط الاعتباري لمستوى استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم فيما يتعلق بمحور التصميم

بنود المحور	بدرجة كية	بدرجة متوسطة	بدرجة قليلة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة لله ت لله	مستوى الدلالة	الوزن النسبي	الترتيب	مستوى الإدراك
تساعدني مواقع التواصل الاجتماعي في الإطلاع على تصميمات ملبسيه مختلفة	١٢٧	١٤٦	٢٧	٢,٣٣	٠,٦٤	٩,٠٩	دالة عند ٠,٠٠١	٧٧,٧٨	٥	متوسط
أستطيع من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التمييز بين التصميمات الملبسية	١٥٠	١٢٥	٢٥	٢,٤٢	٠,٦٤	١١,٢٦	دالة عند ٠,٠٠١	٨٠,٥٦	١	مرتفع
تساعدني مواقع التواصل الاجتماعي على اختيار تصميمات تتناسب مع قوامي	١٤٢	١٣٤	٢٣	٢,٤٠	٠,٦٣	١١,٠٢	دالة عند ٠,٠٠١	٨٠,٠٠	٢	مرتفع
تساعدني مواقع التواصل الاجتماعي على اختيار تصميمات تتناسب مع مرحلتي العمرية	١٢٧	١٤٢	٢٠	٢,٣٢	٠,٦٥	٨,٦٤	دالة عند ٠,٠٠١	٧٧,٤٤	٦	متوسط
تساعدني مواقع التواصل الاجتماعي على اختيار تصميمات تتناسب مع البيئة الاجتماعية التي انتسب إليها	١٤٥	١٢٥	٢٠	٢,٤٢	٠,٦١	١١,٧٤	دالة عند ٠,٠٠١	٨٠,٥٦	١	مرتفع
من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أستطيع اختيار تصميمات ملبسيه مواكبة لعداثة الموضة	١٣٥	١٢١	٢٤	٢,٣٤	٠,٦٧	٨,٦٨	دالة عند ٠,٠٠١	٧٧,٨٩	٤	مرتفع
أستطيع اختيار تصميمات ملبسيه تتناسب مع من حولي	١٣٦	١٤٢	٢١	٢,٣٨	٠,٦١	١٠,٨٠	دالة عند ٠,٠٠١	٧٩,٤٤	٣	مرتفع
أستطيع اختيار تصميمات ملبسيه تميزني عن الآخرين	١٣٢	١٣٦	٢٢	٢,٣٣	٠,٦٦	٨,٧٢	دالة عند ٠,٠٠١	٧٧,٧٨	٥	متوسط
المحور ككل	ن=٣٠٠			٢,٣٧	٠,٦٤	المتوسط الاعتباري = ٢		٧٨,٩٣	-	مرتفع

يتضح من جدول (١٢) أن مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم فيما يتعلق بمحور التصميم (مرتفع)، بينما حصلت عبارات هذا المحور على درجة تقدير تراوحت بين مرتفعة ومتوسطة، وكانت أعلى هذه العبارات ترتيباً هي عبارة "أستطيع من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التمييز بين التصميمات الملبسية، تساعدني مواقع التواصل الاجتماعي على اختيار تصميمات تتناسب مع البيئة الاجتماعية التي انتسب إليها" حيث حصلت على مستوى وعي مرتفع بمتوسط حسابي ٢.٤٢ وانحراف معياري ٠.٦١، وهو ما يؤكد قيمة الوزن النسبي التي بلغت ٨٠.٥٦، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٠١ بين المتوسط الحسابي لهذه العبارة والمتوسط الاعتباري لصالح المتوسط الحسابي حيث بلغت قيمة "ت" ١١.٧٤، وجاء في الترتيب التالي بمستوى وعي مرتفع أيضاً عبارة "تساعدني مواقع التواصل الاجتماعي على اختيار تصميمات تتناسب مع قوامي" بمتوسط حسابي ٢.٤٠ وانحراف معياري ٠.٦٣ وهو ما يؤكد قيمة الوزن النسبي التي بلغت ٨٠.٠٠، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٠١ بين المتوسط الحسابي لهذه العبارة والمتوسط الاعتباري لصالح المتوسط الحسابي، حيث بلغت قيمة "ت" ١١.٠٣، وجاء في الترتيب الثالث بمستوى وعي مرتفع أيضاً عبارة "أستطيع اختيار تصميمات ملبسيه تتناسب مع من حولي" بمتوسط حسابي ٢.٣٨ وانحراف معياري ٠.٦١ وهو ما يؤكد قيمة الوزن النسبي التي بلغت ٧٩.٤٤، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٠١ بين المتوسط الحسابي لهذه العبارة والمتوسط الاعتباري لصالح المتوسط الحسابي، حيث بلغت قيمة "ت" ١٠.٨٠، وجاءت عبارة "تساعدني مواقع التواصل الاجتماعي على اختيار تصميمات تتناسب مع مرحلتى العمرية" في الترتيب الأخير بمستوى وعي متوسط بمتوسط حسابي بلغت قيمته ٢.٣٢ وانحراف معياري ٠.٦٥ وهو ما يؤكد قيمة الوزن النسبي التي بلغت ٧٧.٤٤، ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٠١ بين المتوسط الحسابي لهذه العبارة والمتوسط الاعتباري لصالح المتوسط الحسابي، حيث بلغت قيمة "ت" ٨.٦٤.

كما يتضح أن المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة المبحوثات عن المحور السابع من الوعي باختيار الملابس (التصميم) للفقرات قد تراوح بين (٢.٣٢ - ٢.٤٢) كما تراوح الوزن النسبي للفقرات بين (٧٧.٤٤ - ٨٠.٥٦)، بينما كان المتوسط الفرضي المرجح للمحور ككل (٢.٣٧) وبوزن نسبي قدره (٧٨.٩٣) يتضح من ذلك أن درجة محور التصميم أكبر من المتوسط الحسابي الفرضي الذي كان (٢) وبوزن نسبي (٦٧.٠) وهو ما يبين أن هذا المحور (التصميم) يحظى بمستوى مرتفع من الوعي باختيار الملابس لدى طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة، وهو ما يدل على ارتفاع مستوى وعي طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة بالتصميم كأحد أبعاد الوعي باختيار الملابس نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

ثالثاً. فيما يتعلق بنتائج التحقق من صحة فروض الدراسة:

الفرض الأول: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين متوسطات درجات طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة على مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم تعزى لمتغير النوع.

جدول (١٣)

قيمة "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجات التي حصل عليها طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة على محاور المقياس وفقاً لمتغير النوع

مستوى الدلالة	درجة الحرية	قيمة الله تالله	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	مجموعات المقارنة	محاور المقياس
غير دالة	٢٩٨	٠,٩٠٦	٣,٢٢	١٩,٧٦	١٥٠	ذكور	محور التزيين
			٣,٠٥	١٩,٤٢	١٥٠	إناث	
غير دالة	٢٩٨	١,٨٨٠	٣,٠١	٢٠,٦٨	١٥٠	ذكور	محور جذب الانتباه
			٢,٥٠	٢٠,٠٨	١٥٠	إناث	
دالة عند ٠,٠٥	٢٩٨	٢,١٦٢	٣,٥٨	١٨,٦٧	١٥٠	ذكور	محور مسابقة الموضة
			٢,٩٦	١٩,٤٩	١٥٠	إناث	
غير دالة	٢٩٨	٠,١١٨	٣,٥٦	١٩,٠٥	١٥٠	ذكور	محور الاحتشام
			٣,٢٩	١٩,٠١	١٥٠	إناث	
غير دالة	٢٩٨	١,٥٤٣	٢,٩٤	٢٠,٠١	١٥٠	ذكور	محور التكيف مع الآخرين
			٣,١١	١٩,٤٧	١٥٠	إناث	
غير دالة	٢٩٨	٠,٠٧٦	٤,٠٠	١٩,٤٣	١٥٠	ذكور	محور تناسق الألوان
			٣,٦٠	١٩,٣٩	١٥٠	إناث	
غير دالة	٢٩٨	٠,٦٤٣	٣,٧٨	١٩,٠٩	١٥٠	ذكور	محور التصميم
			٣,٩٤	١٨,٨٠	١٥٠	إناث	
غير دالة	٢٩٨	٠,٦٦٧	١٤,٢٥	١٣٦,٦٨	١٥٠	ذكور	إجمالي المقياس
			١٢,١٧	١٣٥,٦٦	١٥٠	إناث	

يتبين من خلال جدول (١٣) عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين متوسطات درجات عينة المبحوثين من طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة على إجمالي مقياس الوعي باختيار الملابس نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير النوع، حيث كانت قيمة "ت" الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات عينة المبحوثين من الذكور ومتوسطات درجات عينة المبحوثين من الإناث على الأداة مجمعة ٠,٦٦٧ وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥، كما يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين متوسطات

درجات عينة المبحوثين من الذكور ومتوسطات درجات عينة المبحوثين من الإناث على مجالات (التزین - جذب الانتباه - الاحتشام - التكيف مع الآخرين - تناسق الألوان - التصميم) كأحد أبعاد مقياس الوعى باختيار الملابس نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعى، حيث كانت قيمة " ت " الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات عينة المبحوثين من الذكور ومتوسطات درجات عينة المبحوثين من الإناث على هذه المجالات ٠,٩٠٦، ١,٨٨٠، ٠,١١٨، ١,٥٤٣، ٠,٠٧٦، ٠,٦٤٣، وهى قيم غير دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥. بينما تبين وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات عينة المبحوثين على محور (مسایرة الموضة) لصالح عينة المبحوثين من الإناث، حيث كانت قيمة " ت " الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات عينة المبحوثين من الذكور ومتوسطات درجات عينة المبحوثين من الإناث على هذا المحور ٢,١٦٢ وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥.

الفرض الثانى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين متوسطات درجات طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة على مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعى وعلاقته بتنمية وعى أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة فى اختيار ملابسهم تعزى لمتغير محل الإقامة.

جدول (١٤)

قيمة " ت " لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجات التى حصل عليها طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة على محاور المقياس وفقاً لمتغير الإقامة

مستوى الدلالة	درجة الحرية	قيمة ت للهت لله	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	مجموعات المقارنة	محاور المقياس
غير دالة	٢٩٨	٠,٢٠٦	٣,٠٠	١٩,٥٢	١٢٧	ريف	محور التزین
			٣,٢٢	١٩,٦٤	١٧٣	حضر	
غير دالة	٢٩٨	٠,٧٢٦	٢,٦١	٢٠,٢٤	١٢٧	ريف	محور جذب الانتباه
			٢,٩٠	٢٠,٤٨	١٧٣	حضر	
غير دالة	٢٩٨	٠,٧٦٨	٣,٢٨	١٨,٩١	١٢٧	ريف	محور مسایرة الموضة
			٣,٢٥	١٩,٢٠	١٧٣	حضر	
دالة عند ٠,٠٥	٢٩٨	٢,٣٧٠	٣,٤٤	١٩,٤٢	١٢٧	ريف	محور الاحتشام
			٣,٢٢	١٨,٤٩	١٧٣	حضر	
غير دالة	٢٩٨	٠,٧٤٧	٢,٩٥	١٩,٨٩	١٢٧	ريف	محور التكيف مع الآخرين
			٣,١١	١٩,٦٢	١٧٣	حضر	
غير دالة	٢٩٨	٠,٥٨٢	٣,٨٦	١٩,٥٦	١٢٧	ريف	محور تناسق الألوان
			٣,٧٦	١٩,٣٠	١٧٣	حضر	
غير دالة	٢٩٨	١,٨٢١	٣,٨٩	١٩,٤٢	١٢٧	ريف	محور التصميم
			٣,٨٠	١٨,٦٠	١٧٣	حضر	
غير دالة	٢٩٨	٠,١٥٥	١٣,١١	١٣٦,٠٣	١٢٧	ريف	إجمالى المقياس
			١٣,٣٦	١٣٦,٢٧	١٧٣	حضر	

يتبين من خلال جدول (١٤) عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين متوسطات درجات عينة المبحوثين من طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة على إجمالى مقياس الوعى باختيار الملابس نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعى تعزى لمتغير مكان الإقامة، حيث كانت قيمة " ت الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات عينة المبحوثين من الريف ومتوسطات درجات عينة المبحوثين من الحضر على الأداة مجملة ٠,١٥٥ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥ ، كما يتبين من خلال الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين متوسطات درجات عينة المبحوثين من الريف ومتوسطات درجات عينة المبحوثين من الحضر على مجالات (التزين - جذب الانتباه - مسابرة الموضة - التكيف مع الآخرين - تناسق الألوان - التصميم) كأحد أبعاد مقياس الوعى باختيار الملابس نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعى، حيث كانت قيمة " ت الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات عينة المبحوثين من الريف ومتوسطات درجات عينة المبحوثين من الحضر على هذه المجالات ٠,٣٠٦ ، ٠,٧٢٦ ، ٠,٧٦٨ ، ٠,٧٤٧ ، ٠,٥٨٢ ، ١,٨٣١ وهى قيم غير دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥. بينما تبين وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات عينة المبحوثين على محور (الاحتشام) لصالح عينة المبحوثين من الريف، حيث كانت قيمة " ت " الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات عينة المبحوثين من الريف ومتوسطات درجات عينة المبحوثين من الحضر على هذا المحور ٢,٣٧٠ وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥.

الفرض الثالث: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين متوسطات درجات طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة على مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم تعزى لمتغير نوع التعليم.

جدول (١٥)

قيمة " ت " لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجات التي حصل عليها طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة على محاور المقياس وفقاً لمتغير نوع التعليم

مستوى الدلالة	درجة الحرية	قيمة لله ت لله	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	مجموعات المقارنة	محاور المقياس
دالة عند ٠,٠٠١	٢٩٨	٦,٣٦١	٢,٠٤	١٨,٤٩	١٥٠	حكومي	محور التزيين
			٢,٩٥	٢٠,٦٩	١٥٠	خاص	
غير دالة	٢٩٨	١,٢٩١	٢,٩٢	٢٠,١٧	١٥٠	حكومي	محور جذب الانتباه
			٢,٦٢	٢٠,٥٩	١٥٠	خاص	
دالة عند ٠,٠٠١	٢٩٨	٥,٥٥١	٢,٧٤	١٨,٠٧	١٥٠	حكومي	محور مسابقة الموضة
			٣,٥١	٢٠,٠٩	١٥٠	خاص	
دالة عند ٠,٠٠١	٢٩٨	٥,٢٣٢	٣,٧٢	٢٠,٠٢	١٥٠	حكومي	محور الاحتشام
			٢,٧٧	١٨,٠٤	١٥٠	خاص	
دالة عند ٠,٠٠١	٢٩٨	٢,٧٠٩	٣,٤٧	٢٠,٢١	١٥٠	حكومي	محور التكيف مع الآخرين
			٢,٤٥	١٩,٢٧	١٥٠	خاص	
دالة عند ٠,٠٠١	٢٩٨	٣,٨٠٨	٣,٩٥	٢٠,٢٣	١٥٠	حكومي	محور تناسق الألوان
			٣,٤٦	١٨,٥٩	١٥٠	خاص	
دالة عند ٠,٠٠١	٢٩٨	٤,١٣٥	٣,٤٣	١٨,٠٥	١٥٠	حكومي	محور التصميم
			٤,٠٥	١٩,٨٤	١٥٠	خاص	
غير دالة	٢٩٨	١,٢٢٧	١٣,٥٠	١٣٥,٢٣	١٥٠	حكومي	إجمالي المقياس
			١٢,٩٤	١٣٧,١١	١٥٠	خاص	

يتبين من خلال جدول (١٥) عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين متوسطات درجات عينة المبحوثين من طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة على إجمالي مقياس الوعي باختيار الملابس نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير نوع التعليم، حيث كانت قيمة " ت " الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات عينة المبحوثين من المدارس الحكومية ومتوسطات درجات عينة المبحوثين من المدارس الخاصة على الأداة مجمعة ١,٢٢٧ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥ ، كما يتبين من خلال الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين متوسطات درجات عينة المبحوثين من المدارس الحكومية ومتوسطات درجات عينة المبحوثين من

المدارس الخاصة على محور (جذب الانتباه) كأحد أبعاد مقياس الوعي باختيار الملابس نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة " ت " الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات عينة المبحوثين من المدارس الحكومية ومتوسطات درجات عينة المبحوثين من المدارس الخاصة على هذا المحور ١.٢٩١ وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠٥. بينما يتبين من خلال الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١ بين متوسطات درجات عينة المبحوثين من المدارس الحكومية ومتوسطات درجات عينة المبحوثين من المدارس الخاصة على مجالات (التزيين - مسابرة الموضة - التصميم) كأحد أبعاد مقياس الوعي باختيار الملابس نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لصالح عينة المبحوثين من المدارس الخاصة، حيث كانت قيمة " ت " الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات عينة المبحوثين من المدارس الحكومية ومتوسطات درجات عينة المبحوثين من المدارس الخاصة على هذه المجالات ٦.٣٦١ ، ٥.٥٥١ ، ٤.١٣٥ وهى قيم دالة إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١، كما يتبين من خلال الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١ بين متوسطات درجات عينة المبحوثين من المدارس الحكومية ومتوسطات درجات عينة المبحوثين من المدارس الخاصة على مجالات (الاحتشام - التكيف مع الآخرين - تناسق الألوان) كأحد أبعاد مقياس الوعي باختيار الملابس نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لصالح عينة المبحوثين من المدارس الحكومية، حيث كانت قيمة " ت " الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات عينة المبحوثين من المدارس الحكومية ومتوسطات درجات عينة المبحوثين من المدارس الخاصة على هذه المجالات ٥.٢٣٢ ، ٢.٧٠٩ ، ٣.٨٠٨ وهى قيم دالة إحصائياً عند مستوى ٠.٠٠١.

الفرض الرابع: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين متوسطات درجات طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة على مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم تعزى لمتغير مستوى تعليم الأب.

جدول (١٦)

قيمة " ف " لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجات التي حصل عليها طالبات الجامعة على محاور المقياس وفقاً لمتغير مستوى تعليم الأب

الدلالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين	محاور المقياس
غير دالة	٠,٦٢٠	٦,٤١	٢	١٢,٨٢	بين المجموعات	محور التزيين
		١٠,١٨	٢٩٧	٣٠٢٣,٥٧	داخل المجموعات	
			٢٩٩	٣٠٣٦,٣٩	المجموع	
غير دالة	٢,٩٧٧	٢٢,٦٢	٢	٤٥,٢٥	بين المجموعات	محور جذب الانتباه
		٧,٦٠	٢٩٧	٢٢٥٧,٤٣	داخل المجموعات	
			٢٩٩	٢٣٠٢,٦٨	المجموع	
دالة عند ٠,٠٥	٤,١٣٧	٤٤,٢٥	٢	٨٨,٥١	بين المجموعات	محور مسابرة الموضة
		١٠,٧٠	٢٩٧	٣١٧٦,٧٣	داخل المجموعات	
			٢٩٩	٣٢٦٥,٢٤	المجموع	
دالة عند ٠,٠١	٥,١٢١	٥٨,٢٥	٢	١١٦,٤٩	بين المجموعات	محور الاحتشام
		١١,٣٧	٢٩٧	٣٣٧٨,٢٤	داخل المجموعات	
			٢٩٩	٣٤٩٤,٧٣	المجموع	
غير دالة	٠,٣٨٥	٣,٥٦	٢	٧,١٣	بين المجموعات	محور التكيف مع الآخرين
		٩,٢٦	٢٩٧	٢٧٥١,٠٧	داخل المجموعات	
			٢٩٩	٢٧٥٨,٢٠	المجموع	
غير دالة	٠,٨٧٤	١٢,٦١	٢	٢٥,٢٢	بين المجموعات	محور تناسق الألوان
		١٤,٤٤	٢٩٧	٤٢٨٧,٣٥	داخل المجموعات	
			٢٩٩	٤٣١٢,٥٧	المجموع	
غير دالة	١,٥١٦	٢٢,٤٦	٢	٤٤,٩٢	بين المجموعات	محور التصميم
		١٤,٨٢	٢٩٧	٤٤٠١,١٢	داخل المجموعات	
			٢٩٩	٤٤٤٦,٠٤	المجموع	
غير دالة	٢,١٩٢	٣٨١,٠٦	٢	٧٦٢,١٢	بين المجموعات	إجمالي المقياس
		١٧٣,٨٣	٢٩٧	٥١٦٢٨,٢١	داخل المجموعات	
			٢٩٩	٥٢٣٩٠,٣٣	المجموع	

تشير بيانات جدول (١٦) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الباحثين من طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة الذين يمثلون مستويات تعليم الأب المختلفة، وذلك على إجمالي مقياس الوعي باختيار الملابس نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف

٢.١٩٢ وهذه القيمة غير دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٥، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٥ بين متوسطات درجات طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة على إجمالى مقياس الوعى باختيار الملابس نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير مستوى تعليم الأب. كما تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثات الذين يمثلون مستويات تعليم الأب المختلفة، وذلك على مجالات (التزين - جذب الانتباه - التكيف مع الآخرين - تناسق الألوان - التصميم) كأحد أبعاد مقياس الوعى باختيار الملابس نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف على هذه المجالات ٠.٦٣٠، ٢.٩٧٧، ٠.٣٨٥، ٠.٨٧٤، ١.٥١٦ على الترتيب وجميعها قيم غير دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٥، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٥ بين متوسطات درجات طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة على أبعاد مقياس الوعى باختيار الملابس نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (التزين - جذب الانتباه - التكيف مع الآخرين - تناسق الألوان - التصميم) تعزى لمتغير مستوى تعليم الأب.

بينما تشير بيانات جدول (١٦) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات تعليم الأب المختلفة، وذلك على محور (مسيرة الموضة - الاحتشام) كأحد أبعاد مقياس الوعى باختيار الملابس نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف على هذه المجالات ٤.١٣٧، ٥.١٢١ على التوالي وهى قيم دالة عند مستوى دلالة = ٠.٠٥، ٠.٠١ على الترتيب.

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث ظهر أن الوعى باختيار الملابس نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بمجالى (مسيرة الموضة - الاحتشام) ترتفع لدى المبحوثين من طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة بارتفاع مستوى تعليم الأب.

جدول (١٧)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات على بعض مجالات المقياس

معايير المقياس	المجموعات	أعلى من جامعى	جامعى	أقل من جامعى	المتوسط
محور مسيرة الموضة	أعلى من جامعى	-			١٩.٨٩
	جامعى	١.٢٣٠	-		١٨.٦٦
	أقل من جامعى	١.٠٠٩	٠.٢٢١	-	١٨.٨٨
محور الاحتشام	أعلى من جامعى	-			٢٠.١٣
	جامعى	١.٦٢٥٦	-		١٨.٥٠
	أقل من جامعى	٠.٩٤٨٨	٠.٦٨٦٨	-	١٩.١٨

فيما يتعلق بمحور مسيرة الموضة، اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوى مستوى تعليم الأب أعلى من جامعى والمبحوثين ذوى مستوى تعليم الأب جامعى بفرق بين المتوسطين

الحسابيين بلغ ١,٢٣٠. لصالح المبحوثين ذوى مستوى تعليم الأب أعلى من جامعى، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١، بينما اتضح أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوى مستوى تعليم الأب أعلى من جامعى والمبحوثين ذوى مستوى تعليم الأب أقل من جامعى، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ١,٠٠٩، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥، كما أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوى مستوى تعليم الأب أقل من جامعى والمبحوثين ذوى مستوى تعليم الأب جامعى، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠,٢٢١، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

فيما يتعلق بمحور الاحتشام، اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوى مستوى تعليم الأب أعلى من جامعى والمبحوثين ذوى مستوى تعليم الأب جامعى بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ١,٦٣٥٦. لصالح المبحوثين ذوى مستوى تعليم الأب أعلى من جامعى، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١، بينما اتضح أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوى مستوى تعليم الأب أعلى من جامعى والمبحوثين ذوى مستوى تعليم الأب أقل من جامعى، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠,٩٤٨٨، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥، كما أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين ذوى مستوى تعليم الأب أقل من جامعى والمبحوثين ذوى مستوى تعليم الأب جامعى، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ٠,٦٨٦٨، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

الفرض الخامس: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين متوسطات درجات طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة على مقياس استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم تعزى لمتغير مستوى تعليم الأم.

جدول (١٨)

قيمة " ف " لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجات التي حصل عليها طالبات الجامعة على محاور المقياس وفقاً لمتغير مستوى تعليم الأم

معاور المقياس	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
محور التزيين	بين المجموعات	١٤,٦٩	٢	٧,٣٥	٠,٧٢٢	غير دالة
	داخل المجموعات	٣٠٢١,٦٩	٢٩٧	١٠,١٧		
	المجموع	٣٠٣٦,٣٩	٢٩٩			
محور جذب الانتباه	بين المجموعات	٢,٦٨	٢	١,٣٤	٠,١٧٣	غير دالة
	داخل المجموعات	٢٣٠٠,٠٠	٢٩٧	٧,٧٤		
	المجموع	٢٣٠٢,٦٨	٢٩٩			
محور مسابرة الموضة	بين المجموعات	٢٠,٦٨	٢	١٠,٣٤	٠,٩٤٧	غير دالة
	داخل المجموعات	٣٢٤٤,٥٥	٢٩٧	١٠,٩٢		
	المجموع	٣٢٦٥,٢٤	٢٩٩			
محور الاحتشام	بين المجموعات	٢١,٥١	٢	١٠,٧٥	٠,٩٢٠	غير دالة
	داخل المجموعات	٣٤٧٣,٢٢	٢٩٧	١١,٦٩		
	المجموع	٣٤٩٤,٧٣	٢٩٩			
محور التكيف مع الآخرين	بين المجموعات	٩,٨٦	٢	٤,٩٣	٠,٥٣٣	غير دالة
	داخل المجموعات	٢٧٤٨,٣٤	٢٩٧	٩,٢٥		
	المجموع	٢٧٥٨,٢٠	٢٩٩			
محور تناسق الألوان	بين المجموعات	٥٠,٤٥	٢	٢٥,٢٢	١,٧٥٨	غير دالة
	داخل المجموعات	٤٢٦٢,١٢	٢٩٧	١٤,٣٥		
	المجموع	٤٣١٢,٥٧	٢٩٩			
محور التصميم	بين المجموعات	٧٩,٥٤	٢	٣٩,٧٧	٢,٧٠٥	غير دالة
	داخل المجموعات	٤٣٦٦,٥٠	٢٩٧	١٤,٧٠		
	المجموع	٤٤٤٦,٠٤	٢٩٩			
إجمالي المقياس	بين المجموعات	٢٠٦,٨٤	٢	١٠٣,٤٢	٠,٥٨٩	غير دالة
	داخل المجموعات	٥٢١٨٣,٤٩	٢٩٧	١٧٥,٧٠		
	المجموع	٥٢٣٩٠,٣٣	٢٩٩			

تشير بيانات جدول (١٨) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الباحثين من طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة الذين يمثلون مستويات تعليم الأم المختلفة، وذلك على إجمالي مقياس الوعي باختيار الملابس نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف

٠,٥٨٩ وهذه القيمة غير دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين متوسطات درجات طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة على إجمالى مقياس الوعى باختيار الملابس نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعى تعزى لمتغير مستوى تعليم الأم. كما تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثات الذين يمثلون مستويات تعليم الأم المختلفة، وذلك على مجالات (التزين - جذب الانتباه - مسابرة الموضة - الاحتشام - التكيف مع الآخرين - تناسق الألوان - التصميم) كأحد أبعاد مقياس الوعى باختيار الملابس نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعى، حيث بلغت قيمة ف على هذه المجالات ٠,٧٢٢، ٠,١٧٣، ٠,٩٤٧، ٠,٩٢٠، ٠,٥٣٣، ١,٧٥٨، ٢,٧٠٥، على الترتيب وجميعها قيم غير دالة عند مستوى دلالة = ٠,٠٥، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين متوسطات درجات طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة على أبعاد مقياس الوعى باختيار الملابس نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعى (التزين - جذب الانتباه - التكيف مع الآخرين - تناسق الألوان - التصميم) تعزى لمتغير مستوى تعليم الأم.

النتائج العامة للدراسة:

- ١- جاء مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعى وعلاقته بتنمية وعى أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة فى اختيار ملابسهم فيما يتعلق بالمحاور كلية (مرتفع) بمتوسط حسابى ٢,٤٣.
- ٢- جاء محور محور جذب الانتباه فى الترتيب الأول بالنسبة لمستوى الوعى باختيار الملابس بمتوسط حسابى بلغ ٢,٥٥، وفى الترتيب الثانى التكيف مع الآخرين، وجاء محور التزين فى الترتيب الثالث، وجاء محور تناسق الألوان فى الترتيب الرابع، وجاء محور مسابرة الموضة فى الترتيب الخامس، وجاء محور الاحتشام فى الترتيب السادس، وجاء محور التصميم فى الترتيب السابع.
- ٣- تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين متوسطات درجات طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة على أبعاد مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعى وعلاقته بتنمية وعى أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة فى اختيار ملابسهم تعزى لمتغير النوع، بينما توجد فروق على محور مسابرة الموضة لصالح الإناث.
- ٤- تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين متوسطات درجات طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة على أبعاد مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعى وعلاقته بتنمية وعى أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة فى اختيار ملابسهم تعزى لمتغير محل الإقامة، بينما توجد فروق على محور الاحتشام لصالح مبحوثى الريف.
- ٥- تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين متوسطات درجات طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة على أبعاد مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعى وعلاقته بتنمية

وعى أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم تعزى لمتغير نوع التعليم لصالح مبحوثي التعليم الخاص، بينما لا توجد فروق على محور جذب الانتباه.

6- تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين متوسطات درجات طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة على أبعاد مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم تعزى لمتغير مستوى تعليم الأب، بينما توجد فروق على مجالي مسابرة الموضة والاحتشام.

7- تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين متوسطات درجات طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة على أبعاد مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية وعي أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة في اختيار ملابسهم تعزى لمتغير مستوى تعليم الأم.

توصيات ومقترحات:

- 1- توعية أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة بأهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في اختيار وتنسيق الملابس.
- 2- إنشاء صفحات متخصصة على مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على توعية أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة بأساسيات اختيار الملابس وفقاً لأسس علمية.
- 3- توجيه نشاط طلاب مرحلة الطفولة المتأخرة نحو الاستخدام الايجابي لمواقع التواصل الاجتماعي، وكيفية الاستفادة منه في اختيار ملابس تتماشى مع قيم المجتمع.
- 4- وضع جزء خاص بنشاط الاقتصاد المنزلي بمرحلة التعليم الابتدائي والإعدادي يدرس فيه الطلاب كيفية الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في اختيار ملابسهم.

مراجع البحث:

- 1) إبراهيم عبد الوكيل الفار(٢٠١٢): تربيوات تكنولوجيا القرن الحادي والعشرين تكنولوجيايات (ويب ٢٠٠)، ط١، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 2) أميرة على عبد الرشيد (٢٠١٠): إمكانية تحقيق أنسب الخواص الوظيفية والجمالية لأقمشة وملابس الأطفال الخارجية- رسالة دكتوراه - كلية الاقتصاد المنزلي- جامعة المنوفية .
- 3) إيمان محمد ابراهيم محيسن (٢٠١٠): تأثير إختلاف بعض الأساليب التطبيقية للمنتج الملبسي للأطفال على جودة المنتج النهائي - رسالة ماجستير - كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة المنوفية .
- 4) إيمان محمد عادل دسوقي (٢٠١١): تأثير إستخدام بقايا الجلود الصناعية على القيمة الجمالية والوظيفية والإقتصادية لملابس الأطفال في مرحلة الطفولة المتأخرة - رسالة ماجستير - كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة المنوفية.
- 5) بتول السيد مصطفى (٢٠١٩): الإعلام التفاعلي، ط١، الأردن - عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

- ٦) البسيوتي عبد الله البسيوتي (٢٠١٣): إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في الثورة المصرية عام ٢٠١١ وإمكانية استخدامها في توطيد العلاقة المهنية بين المعلم والمتعلم. ورقة بحث مقدمة في المؤتمر العلمي الأول. كلية التربية، جامعة المنصورة، المجلد ١.
- ٧) تيسير أبو عرجة، رنا نضال خليل (٢٠٢٠): تأثير الألعاب الإلكترونية على سلوكيات أطفال مرحلة الطفولة المتأخرة (٩ - ١١) عاما في الأردن، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، العدد ٥، ص: ٦٢.
- ٨) حامد عبدالسلام زهران (٢٠٠٥): علم نفس النمو "الطفولة والمراهقة" - القاهرة - مكتبة عالم الكتب .
- ٩) جيهان سليمان مليجي (٢٠١٥): أثر استخدام الشبكات الاجتماعية على نمو الذكاء الوجداني لدى عينة من طلاب الجامعة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة المنوفية.
- ١٠) حنان سعيد مصطفى (٢٠٠٣) : توظيف عوادم الأقمشة بمصانع الملابس الجاهزة في عمل ملابس الأطفال"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية النوعية-جامعة عين شمس.
- ١١) خالد الشيخ (٢٠١٦) : تصميم ألوان الملابس، متاح على <https://www.fashionied.com/fashion-art>
- ١٢) رزان صلاح (٢٠١٦) : فن اختيار الملابس متاح على الموقع التالي: <https://mawdoo3.com>
- ١٣) رباب محمد السيد، رشا محمود محمد (٢٠١١): فعالية برنامج مقترح في التذوق الملبسي على اتخاذ قرار اختيار وشراء بعض طالبات جامعة الفيوم للملابس، مجلة بحوث التربية النوعية، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، العدد ٢٢.
- ١٤) رنا فاضل عباس الجنابي (٢٠٢١): قياس التذوق الملبسي لدى طلبة الجامعة، مجلة البحوث التربوية والنفسية، مركز البحوث التربوية والنفسية، جامعة بغداد، العدد ٧٠.
- ١٥) زينب عبد الحفيظ فرغلي (٢٠٠٢): الإتجاهات الملبسية للشباب، ط١، دار الفكر العربي.
- ١٦) سارة ميلاد نخلة (٢٠١١): فاعلية برنامج تعليمي لتنمية التذوق الملبسي لأطفال مرحلة الطفولة المتأخرة والخاصة بالأزياء النوعية من خلال شخصيات كرتونية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية .
- ١٧) شينا كايسر، ريك آسبلوند، نيل بورون، س.ي. قريش، أندرو ليمو (٢٠١٥): وسائل التواصل الاجتماعي، دليل عملي للهيئات المعنية بالإدارة الانتخابية، المؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات.
- ١٨) عبد الرحمن محمد العيسوي (٢٠٠٧): عملية الاتصال والإعلام ودورها التربوي في الظروف الراهنة. قطر: مجلة التربية، العدد ١٦١.
- ١٩) علي سيد إسماعيل (٢٠٢٠): مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة... والأخلاقيات المفروضة، الإسكندرية، دار التعليم الجامعي.
- ٢٠) فاطمة الزهراء محمود (٢٠١١) :التوافق الاجتماعي وعلاقته بالاتجاهات الملبسية لدى طالبات جامعة المنوفية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة المنوفية.
- ٢١) فاطمة إبراهيم عطا (٢٠١٩):دراسة مقارنة بين إتجاهات تلاميذ المرحلة الإعدادية في الريف والحضر لإختيار ملابسهم الخارجية، رسالة ماجستير- كلية التربية النوعية- جامعة المنوفية.

- (٢٢) **لولوة غرم الله الغامدي (٢٠١٢):** دراسة أثر العلامة التجارية الملبسية الماركة على أساليب الشراء و علاقتها بعوامل الاختيار الملبسي لدى الطالبة الجامعية، مجلة كلية التربية بالإسماعيلية، كلية التربية بالإسماعيلية، جامعة قناة السويس، العدد٢٣، ص٦٦:٥١.
- (٢٣) **ماجدة إمام، سامية الجارحي (٢٠٠٤):** اتجاهات الشباب نحو إختيار شريكة الحياة في ضوء السلوك الملبسي للفتيات، مجلة علوم وفنون - المجلد١٦ العدد١٠.
- (٢٤) **محمد جابر خلف الله (٢٠١٥):** مميزات وخصائص مواقع التواصل الاجتماعي، مقالة علمية نشرت في ٤ مارس ٢٠١٥، متاح في: <http://kenanaonline.com>
- (٢٥) **مروة محمد غانم (٢٠١٨):** استخدام الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتشكيل اتجاهاتهم نحو العلاقات الأسرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنوفية.
- (٢٦) **ملاك حاتم غيث، حنان عبدالحليم بخاري (٢٠٢٢):** دور الألعاب التعليمية في تبسيط الثقافة الملبسية للأطفال في مرحلة الطفولة المتوسطة، **مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع**، كلية الإمارات للعلوم التربوية، الإمارات، العدد٧٩.
- (٢٧) **منال مرسى الدسوقي، هناء أحمد شوقي شيحة (٢٠١٧):** أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي علي تنمية المهارات الحياتية لدي الشباب الجامعي، مجلة كلية الاقتصاد المنزلي، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، العدد٣، مجلد٢٧.
- (٢٨) **منا موسى، نجدة ماضي (٢٠٠٥):** ملابس الطفل - مكتبة بستان المعرفة .
- (٢٩) **منى السيد عبد الحميد (٢٠١٥):** اسلوب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بتحمل المسؤولية لدي المراهقين، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم إدارة المنزل، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
- (٣٠) **منى عبدالهادي محمد شاهين (٢٠١٣):** اتجاهات الشباب نحو إختيار ملابسهم بكلية التربية النوعية جامعة بنها ، مجلة كلية التربية بالإسماعيلية، كلية التربية بالإسماعيلية، جامعة قناة السويس، العدد٢٥، ص١٣٣:١٦٦.
- (٣١) **مها أحمد عبدالعظيم عبدالوهاب (٢٠١٥):** استخدام الطفل السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها: دراسة ميدانية على عينة من الأطفال بمدينة الرياض، مجلة بحوث العلاقات العامة - الشرق الأوسط، مصر، العدد٧.
- (٣٢) **نايف قطامي، ومحمد برهوم (٢٠٠٤):** طرق دراسة الطفل، ط١، عمان، دار الشروق.
- (٣٣) **نهى أحمد عبدالمولى، فائق عبدالرحمن الطنباري، مؤمن جبر عبدالشافي (٢٠٢١):** إستخدامات الاطفال لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالهوية الثقافية لديهم، مجلة دراسات الطفولة، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، العدد٩٢، مجلد٢٤.
- (٣٤) **هالة نور خيرى ، يسرى شاكر السلطاني (٢٠١٣):** اختيار ملابس الأبناء من وجهة نظر الوالدين، قسم الاقتصاد المنزلي، كلية التربية للبنات، جامعة بغداد.
- (٣٥) **هنا بنت سعد الشبيب (٢٠١٧):** دور الأم في ضبط استخدام الأطفال لمواقع التواصل الاجتماعي - دراسة ميدانية مطبقة على عدد من الأمهات فى مدينة الرياض، مجلة الاجتماعية، مركز بحوث الدراسات الإنسانية، قسم الدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، الرياض، العدد١٢.

- ٣٦) وفاء مهدي طه عبد الهادي(٢٠٠٩): توظيف بعض أنواع الإيتمامين على ملابس الأطفال لإثراء القيمة الفنية لها" رسالة ماجستير- كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة المنوفية.
- ٣٧) ياسمين إبراهيم حسين(٢٠١٦): "برنامج مقترح لمقرر ملابس الأطفال والاستفادة منة لرفع القيمة الجمالية والوظيفية للمنتج الملابس"-رسالة دكتوراه غير منشورة-كلية التربية النوعية- جامعة المنوفية.
- ٣٨) يسرى شاكر محمد جواد(٢٠١٦): مدى ثقافة الأم في اختيار ملابس الأطفال في مرحلة الطفولة المبكرة، مجلة كلية التربية للبنات، كلية التربية للبنات، جامعة بغداد.
- ٣٩) يسرى معوض عيسى(٢٠١١): قواعد وأسس تصميم الأزياء ، ط٢، القاهرة، عالم الكتب.
- 40) Gwenn schurgin o'keeffe & kathleen clarke pearson. the impact of social media on children, adolescents, and families, pediatrics 127, (4). 2011.

The use of social networking sites and its relationship to the development of awareness of children of the late childhood stage in choosing their clothes

Abstract:

The aim of the research is to identify the relationship between the use of social networking sites and the development of children's awareness of late childhood in choosing their clothes in terms of decorating, attracting attention, keeping pace with fashion, modesty, adapting to others, color consistency, choosing the appropriate design, and this study belongs to descriptive studies, In its framework, the researcher used the sample survey method, and the study was applied to a random sample of (300) students of the Primary stage, distributed over three educational departments in Menoufia Governorate, with (100) individuals for each department, distributed between (50) for government schools, (50) for schools The study concluded that the awareness of late childhood children in choosing their clothes came to a high level as a result of using social networking sites. The field of adornment came in the third rank, the field of color consistency came in the fourth rank, the field of keeping up with fashion came in the fifth rank, the field of modesty came in the sixth rank, and the design field came in the sixth rank. Seventh order.

Key Words: social networking sites - late childhood- choose clothes